



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



Instituto de
Posgrado

INSTITUTO DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ECOTURISMO EN ÁREAS PROTEGIDAS

TÍTULO:

**“ESTRATEGIAS DE GESTIÓN SOSTENIBLE DE TURISMO COMUNITARIO
EN LA COMUNIDAD CHILCAPAMBA, CANTÓN COTACACHI PROVINCIA
DE IMBABURA”.**

Tesis previa a la obtención del título de Magister.

Autor: Marivel Vaca M.

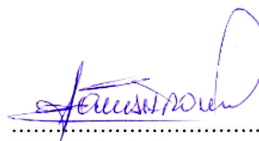
Tutor: Dr. Rolando Lomas

Ibarra 2020

APROBACION DEL TUTOR

En calidad de tutora del Trabajo de Grado, presentado por la Ing. Nuvia Marivel Vaca Mediavilla, para optar por el grado de Magíster en Ecoturismo en Áreas Protegidas, doy fe de que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 07 días del mes de febrero del 2020.

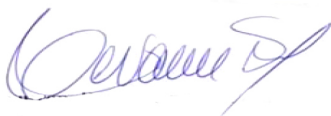


.....
Ph.D. Rolando Lomas
C.C.: 100135989-0

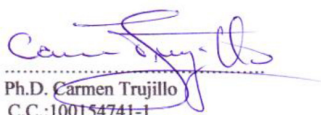
**“ESTRATEGIAS DE GESTIÓN SOSTENIBLE DE TURISMO
COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD CHILCAPAMBA, CANTÓN
COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA”**

Por: Nuvia Marivel Vaca Mediavilla

Trabajo de Grado de Maestría aprobado en nombre de la Universidad Técnica del Norte,
por el siguiente jurado, a los 7 días del mes de febrero del 2020.



Ph.D. Raúl Cevallos
C.C.:1001345840



Ph.D. Carmen Trujillo
C.C.:100154741-1



Ph.D. Kennedy Rolando Lomas Tapia
C.C.: 1001359890

AUTORÍA

Yo, **VACA MEDIAVILLA NUVIA MARIVEL**, con cédula de ciudadanía Nro. 1003413414, declaro que la presente investigación denominada **“ESTRATEGIAS DE GESTIÓN SOSTENIBLE DE TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD CHILCAPAMBA, CANTÓN COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA”**, es de mi autoría y responsabilidad, y se han respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.



.....
Nuvia Marivel Vaca Mediavila

1003413414

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INSTITUTO DE POSGRADO
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100341341-4
APELLIDOS Y NOMBRES:	Vaca Mediavilla Nuvia Marivel
DIRECCIÓN:	San Antonio, Bolívar y Carlos Viteri esq.
E-MAIL:	nuviaintagsa@live.com
TELÉFONO:	0986989049
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO	ESTRATEGIAS DE GESTIÓN SOSTENIBLE DE TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD CHILCAPAMBA, CANTÓN COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA
AUTORA:	Vaca Mediavilla Nuvia Marivel
FECHA DE GRADUACIÓN:	07 de febrero de 2020
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Maestría en ecoturismo en Áreas Protegidas
ASESOR/DIRECTOR	PhD. Rolando Lomas

2. CONSTANCIA

La autora Vaca Mediavilla Nuvia Marivel manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló sin violar derecho de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que el titular de los derechos patrimoniales, por

lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por terceros.

Ibarra, a los 16 días el mes de junio de 2020.

La Autora:



.....
Vaca Mediavilla Nuvia Marivel

1003413414

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR
DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, **VACA MEDIAVILLA NUVIA MARIVEL**, con cédula de ciudadanía Nro. 1003413414, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: **“ESTRATEGIAS DE GESTIÓN SOSTENIBLE DE TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD CHILCAPAMBA, CANTÓN COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA”**, trabajo de investigación elaborado para optar por el título de **MAGISTER EN ECOTURISMO EN ÁREAS PROTEGIDAS**, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



.....
Vaca Mediavilla Nuvia Marivel

1003413414

DEDICATORIA

Para el cumplimiento de metas, los seres humanos dependemos de varios actores que son parte de nuestra vida, dentro de estos están los actores directos involucrados en nuestras diferentes facetas, los que conocen las metas que perseguimos y nos apoyan e impulsan a no rendirnos, a enfocarnos, a perseverar aún cuando el panorama parece ser el menos adecuado y, por otro lado, los actores indirectos, que aparecen en el trayecto, aquellos que sin saber la meta se suman, haciendo posible el desarrollo con sus importantes aportes. Cada uno cumpliendo un rol específico, por lo tanto, el trabajo de grado está dedicado a todos y cada uno de aquellos que aportaron a la culminación de lo propuesto cuando decidí inscribirme a la maestría, meta que ahora se encuentra plasmada en este documento.

AGRADECIMIENTO

Un reconocimiento especial a los catedráticos Dra. Carmen Trujillo y Dr. Rolando Lomas, quienes con su vasta experiencia han direccionado de manera honesta, estricta y desinteresada a los estudiantes que transitaron por la Universidad Técnica del Norte, brindando apoyo continuo para la culminación del proyecto de grado, el peldaño más complejo en el proceso formativo para alcanzar la meta de convertirse en profesionales. De igual manera se extiende un reconocimiento a los líderes y miembros de la comunidad Chilcapamba quienes acogieron la propuesta y aportaron con la información pertinente de acuerdo a los requerimientos de la investigación, mostrando su comunidad, sus servicios, sus productos y sobre todo su experiencia en el mundo del turismo comunitario.

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO I	14
INTRODUCCIÓN	14
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	17
1.1. Planteamiento del problema	17
1.2. Objetivos	20
Objetivo General:	20
Objetivos Específicos:	20
1.3. Justificación	20
CAPÍTULO II	22
2. MARCO REFERENCIAL	22
2.1. Antecedentes	22
2.2. Sostenibilidad	24
2.3. Turismo Sostenible	26
2.4. Turismo Sostenible en Áreas Protegidas	27
2.5. Turismo Comunitario	29
2.5.1. Políticas del Turismo Comunitario	31
2.5.2. Sistemas de gestión de Turismo Comunitario	32
2.5.5. Impactos del Turismo Comunitario	33
2.6. Oferta Turística	36
2.7. Atractivos Turísticos	36
2.8. Productos Turísticos	37
2.8.1. Componentes de los productos turísticos	38
2.9. Demanda Turística	38
2.9.1. Clasificación de la Demanda Turística	39
2.9.2. Demanda Actual	40
Tendencias que afectan la planificación del turismo en áreas protegidas	40
2.10. La comunidad Chilcapamba, características y ubicación geográfica	41
CAPITULO III	43
MARCO METODOLÓGICO	43
3.1. Tipo de Investigación	43
3.2. Métodos de investigación	44
Para la investigación se va a utilizar el método descriptivo y de campo.	44
3.3. Técnicas e instrumentos	44
3.3.1. Entrevista	44
3.4. PROCEDIMIENTO	45
3.4. Población y muestra	46
CAPÍTULO IV	47
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	47
CAPÍTULO V	73
DESARROLLO DE LA PROPUESTA	73
Dimensión Social	73
Riqueza cultural	73
Bienestar colectivo	74

Políticas públicas	75
Servicios Públicos	76
Trabajo interdisciplinario	76
Profesionales locales	77
Igualdad de oportunidades	77
Dimensión económica	78
Turismo y economía	78
Cadena de valores	79
Publicidad y promoción	80
Dimensión ambiental	81
Educación ambiental	82
Reforestación en cuencas hídricas	82
Productos orgánicos	83
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	85
6.1. Conclusiones.....	85
6.2. Recomendaciones.....	85
BIBLIOGRAFÍA	87
ANEXOS.....	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz FODA.	51
Tabla 2. Categorías y subcategorías.....	63
Tabla 3. Subcategorías y definiciones	64

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Bosque Protector de las vertientes; comunidad Chilcapamba, 2019.	67
Gráfico 2. Cascada Seca; comunidad Chilcapamba, 2019.....	68
Gráfico 3. Vertiente Yanayacu; Comunidad Chilcapamba, 2019.....	68
Gráfico 4. Vertiente de agua mineral "güitig"; comunidad Chilcapamba, 2019. ..	69
Gráfico 5. Convivencia familiar, Comunidad Chilcapamba, 2019.	70
Gráfico 6. Alojamiento en albergues; comunidad Chilcapamba, 2019.....	70
Gráfico 7. Alimentación autóctona; comunidad Chilcapamba, 2019.	71
Gráfico 8. Senderismo; comunidad Chilcapamba, 2019.	71
Gráfico 9. Feria artesanal y agro productiva; comunidad Chilcapamba, 2019.....	72

RESUMEN

El turismo comunitario en áreas protegidas es un elemento clave para el desarrollo de la localidad y la conservación del entorno. Sin embargo, la viabilidad en estas iniciativas es cuestionada y necesita nuevas estrategias. Bajo este análisis el estudio se basó en el diagnóstico del turismo comunitario de la organización Ayllu Kawsay en la comunidad Chilcapamba del Parque Nacional Cotacachi Cayapas, en la provincia de Imbabura. Para esto se trabajó con los dirigentes de la organización y prestadores de servicios. Como conclusión se identificaron falencias organizativas, legales, de gestión y comercialización, lo que dificulta un desarrollo progresivo local. En este sentido, la propuesta establece una serie de estrategias para equilibrar los ejes de la sustentabilidad (económico, social, ambiental) en el proyecto comunitario estudiado, describiendo sistemáticamente las categorías consideradas en cada una de las dimensiones de la sustentabilidad enfocadas a reforzar los ejes debilitados para garantizar el cumplimiento de objetivos.

Palabras clave: turismo comunitario, estrategias, sostenibilidad, áreas protegidas.

ABSTRACT

Community tourism in protected areas is a key element for the development of the locality and the conservation of the environment. However, the viability of these initiatives is questioned and they need new strategies. Under this analysis, the study was based on the diagnosis of the Community Tourism of the Ayllu Kawsay organization in the Chilcapamba community of the Cotacachi Cayapas National Park in the province of Imbabura, for this purpose worked with the organization's leaders and service providers. In conclusion, organizational, legal, management and commercial failures were identified, which hinders progressive local development. In this sense, the proposal establishes a series of strategies to balance the sustainability axes (economic, social, environmental) in the community project studied, systematically describing the categories considered in each of the sustainability dimensions focused on the weakened axes for objectives the fulfillment of objectives.

Key Words: community tourism, strategies, sustainability, Protected Areas.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Los destinos turísticos son productos que se ofertan en el mercado y se sujetan a la ley de la oferta y la demanda. Por lo tanto es preciso mejorar la posición competitiva de los destinos y para esto es necesario conocer las tendencias; es de conocimiento colectivo que la tendencia actual se direcciona a la sustentabilidad, empezando con el cuidado y protección del medio ambiente como el espacio en donde se desarrollan todas las actividades productivas, combinando con objetivos sociales y económicos.

Varios estudios sobre turismo y desarrollo han marcado las pautas para la evolución de esta área; declaraciones y documentos auspiciados por organismos internacionales; Organización Mundial de Turismo, Agenda 21 (1992), Código Ético Mundial para el Turismo de Santiago de Chile (1999) y otros, todos enfocados a la importancia de preservar el medio ambiente, por tanto hay que considerar que el modelo de sostenibilidad no es una aportación reciente en la planificación turística.

El turismo comunitario es un mecanismo que garantiza la preservación del ambiente, la conservación y valoración de la cultura mientras mejora la calidad de vida de su población, por lo tanto, ha tenido importante acogida en el mundo, se presenta como una alternativa a los viajes tradicionales, generando experiencias enriquecedoras en los visitantes porque permite un mayor contacto con la comunidad y experimentar su modo de vida, creando relaciones de integración y participación. (Guzmán & Sanchez Cañizares, 2009). Por otro lado, es una alternativa de desarrollo para las comunidades apoyados de diferentes organizaciones para su manejo, ONGs principalmente pero también la empresa pública y privada se involucran en este sector.

En América Latina, se señala al Ecuador como país precursor de turismo comunitario, debido al número de experiencias en esta área. Tiene aproximadamente 130 ejemplares distribuidas en todo su territorio, siendo el organismo representativo la Federación Plurinacional de turismo comunitario del Ecuador (FEPTCE). Los países en América Latina que trabajan con turismo comunitario son; Ecuador, Brasil, México

Nicaragua, El Salvador, y Chile, estos países vieron en el turismo una oportunidad para disminuir las brechas sociales.

En el Ecuador la práctica del turismo comunitario se ha implementado en diferentes comunidades indígenas, afro ecuatorianas, montubias, apoyadas principalmente por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario, organización creada en el año 2002, quien basa su trabajo en 4 ejes: revitalización cultural, socio-organización, economía solidaria y defensa territorial, permitiendo a las organizaciones manejar las bases de gestión para ofertar este tipo de turismo, con la participación de los miembros de la comunidad y la puesta en valor de la cultura (PNUD,2012).

En Imbabura Runa Tupari es un referente de turismo comunitario creada en el año 2001 por la UNORCAC (Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Cotacachi) que tiene como objetivo facilitar el intercambio cultural entre visitantes y la población de la región, es un organización que tiene experiencia en el trabajo comunitario y mantiene una estructura administrativa sólida; sin embargo, no todos los ejemplares se han desarrollado de manera eficiente, por ejemplo, Mascarilla una organización afrodescendiente que trabaja aproximadamente 12 años en turismo sostiene deficiencias de sostenibilidad, de igual manera sucede con otros modelos de turismo comunitario en el país.

La comunidad Chilcapamba con su proyecto *Ayllu Kawsay*, es una extensión del Turismo implementado por la UNORCAC, sin embargo no participa activamente de la oferta de Runa Tupari, por lo tanto, viene presentando algunas falencias en los últimos tiempos, por esta razón la investigación se direccionó a esta organización, para implementar estrategias sostenibles que permitan fortalecer las debilidades y participar activamente del mercado competitivo nacional y regional.

De lo expuesto anteriormente, el proyecto investigativo contempla cinco capítulos que están estructurados de la siguiente forma:

Capítulo 1. Presenta el Planteamiento del Problema, Formulación del problema, Formulación de Interrogantes de investigación, Objetivo General, Objetivos Específicos, y Justificación.

Capítulo 2. En este apartado se detalla el marco referencial que sustenta cada uno de los objetivos planteados y contiene los siguientes temas: Antecedente, Sostenibilidad, Turismo sostenible, Turismo Comunitario, Políticas del Turismo Comunitario, Sistemas de gestión de Turismo Comunitario, Oferta, Atractivos Turísticos, Productos Turísticos, Demanda Actual, Demanda Potencial y Sistemas de gestión del Turismo Comunitario.

Capítulo 3. Detalla el marco metodológico, el tipo de investigación, los métodos, técnicas y procedimientos aplicados para recolectar la información de los actores involucrados en el turismo comunitario.

Capítulo 4. Describe el análisis e interpretación de los datos obtenidos de la aplicación de los instrumentos de investigación.

Capítulo 5. En este capítulo se detalla la propuesta sistemáticamente, se consideran las categorías y las dimensiones de la sustentabilidad enfocadas a disminuir la problemática identificada en la investigación, desde el eje económico, social y ambiental.

Finalmente se describen las conclusiones y recomendaciones, las referencias y los anexos del documento investigativo.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Contextualización del problema

El turismo comunitario en Ecuador está considerado como un mecanismo para reducir las desigualdades sociales, especialmente de los sectores rurales, con enfoques a construir importantes cambios en este sector (PNUD, 2012). Sin embargo los logros de las iniciativas comunitarias están alejadas de la realidad. Estos proyectos presentan serias falencias organizativas. Los proyectos comunitarios inician con apoyo de diferentes entidades, que preparan y capacitan a los miembros de una localidad en áreas de servicio, atención al cliente, identificación de atractivos, productos y servicios turísticos, aportan además con la socialización del proyecto en los diferentes encuentros con proyectos similares, empiezan a recibir los primeros turistas, bajo un sistema organizativo de interacción comunidad y organismos de apoyo. Luego de este proceso la administración, gestión y desarrollo quedan en manos de los dirigentes de la comunidad. En la mayoría de los casos, en esta etapa empiezan los problemas porque la comunidad no se encuentra preparada para llevar la dirección del proyecto.

Los proyectos comunitarios se sostienen además por la inyección de recursos económicos de ONGs o del sector público, este último tiene la competencia de regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, promoviendo la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo como lo establece el Art. 54 literal g) del COOTAD (Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización). Sin embargo cuando estas asociaciones comunitarias dejan de percibir los recursos dejan de ser sostenibles.

1.2. Planteamiento del problema

El fomento de turismo comunitario busca elevar el nivel de bienestar de las comunidades, protegiendo sus derechos territoriales y su patrimonio cultural, mediante la consolidación de estructuras asociativas de turismo comunitario en donde las organizaciones se encuentren dotadas de capacidad de autogestión, sin embargo, estas

organizaciones adolecen de serias debilidades derivadas no solo de su limitada capacidad de gestión y alta dependencia de recursos externos sino también por que no se plantea una correcta política turística regional o su aplicación es escasa, lo cierto es que no permiten lograr un entorno propicio que respalde a las organizaciones comunitarias para su desarrollo.

Por otro lado, no se manejan líneas de acción para el emprendimiento de proyectos de turismo comunitario; es clara la limitada capacitación dirigida a la prestación de servicios y sobre todo a aspectos administrativos, se considera la creación del producto pero el recurso humano que se va a encargar de la sostenibilidad del proyecto está desatendida, no se toma en cuenta la importancia de capacitar a este recurso para el manejo del proyecto.

Otra línea que no se considera es el equipamiento tecnológico sostenible en turismo comunitario, está en la obligación de brindar servicios de calidad y, aquí recae un grave problema, no se utiliza infraestructura adecuada y acorde a la realidad de sus comunidades y el equipo operativo necesario para su ejecución, aduciendo incluso que los clientes quieren vivir como vive la comunidad y enriquecerse de esa experiencia, sin identificar que una parte importante para lograr esa convivencia, demanda de las exigencias y necesidades de incorporar infraestructura de actores locales a fin de consolidar un turismo que refleje calidad en todo su contexto.

Una tercera línea que se encuentra en cuestionamiento es la promoción; no basta con tener un producto meta, la rentabilidad se observa en la frecuencia de ventas obtenidas; sin embargo, es el área en donde más se escatiman recursos publicitarios, al ser considerada la promoción como gasto, y no como una inversión. Hace falta entonces, una promoción dirigida a la búsqueda de nichos de mercado acorde a las actuales demandas y tendencias que permitan insertarse en todos los renglones de la economía productiva y socio política especialmente de redes de turismo que conlleva colocar el producto turístico con identidad patrimonial comunitaria.

Resultado de este compendio, organizaciones que empiezan con amplias expectativas y promesas alentadoras, comienzan a debilitarse, provocando incluso la desintegración organizativa de los actores locales del turismo comunitario, dejando

rezagos de incredulidad y cerrando posibilidades a nuevos proyectos de desarrollo local que afectan a todo el conglomerado, quien ha visto una alternativa de desarrollo económico a través de la oferta de sus atractivos culturales como es el turismo comunitario y sus diversas modalidades en sectores rurales con potencialidades para este propósito.

Espacios para el desarrollo sustentable son las organizaciones de Turismo Comunitario, sin embargo, no se encuentran fortalecidas para atender las exigencias de la sustentabilidad, por lo tanto es importante estructurar herramientas y mecanismos operativos capaces de dar respuesta a estos requerimientos.

La asociación de turismo comunitario de Chimborazo CORTUCH, es uno de los proyectos en Ecuador que tiene un manejo sostenible, alberga diversas comunidades campesinas e indígenas de la provincia, como estrategia para diversificar las labores productivas con una perspectiva participativa y sustentable. En la actualidad han adquirido un reconocimiento a nivel nacional e internacional y esta considerada como una organización representativa de la provincia. Sin embargo la mayoría de emprendimientos de turismo comunitario del país no se encuentran trabajando de la misma manera, al contrario están considerados proyectos insostenibles (CORTUCH, 2019).

La CEPAL en su interés de desarrollar mecanismos para equilibrar las desigualdades sociales de Latinoamérica y el Caribe, dentro sus propuestas establece a la cultura como herramienta para el desarrollo, sin embargo la cultura manejada de manera independiente no representa mayores resultados, por lo tanto es importante establecer los mecanismos pertinentes para alcanzar los propósitos del turismo comunitario sostenible.

1.3. Formulación del problema

¿Qué estrategias de gestión sostenible de turismo comunitario deberían implementarse para la organización “*Ayllu Kawsay*” en la comunidad Chilcapamba?

1.4. Objetivos

Objetivo General:

Establecer estrategias de gestión sostenibles de turismo comunitario para la organización “*Ayllu Kawsay*” en la comunidad Chilcapamba.

Objetivos Específicos:

- Diagnosticar la gestión sostenible del turismo comunitario en la comunidad Chilcapamba.
- Determinar las acciones que la comuna de Chilcapamba realiza sobre turismo comunitario.
- Formular estrategias de gestión sostenible para optimizar la oferta y la demanda del turismo comunitario.

1.5. Preguntas de investigación

¿Cómo se está gestionando el turismo comunitario de la comunidad Chilcapamaba ?

¿Qué acciones realiza la comuna Chilcapamaba en el turismo comunitario?

¿Qué estrategias de gestión son aplicables para garantizar la sostenibilidad del turismo comunitario?

1.6. Justificación

Las organizaciones de turismo comunitario han venido trabajando en la inclusión de los miembros de una comunidad en las oportunidades generadas por el turismo, como una alternativa de desarrollo económico, social y ambiental, por tanto es importante establecer un mecanismo que permita el flujo eficiente de esta actividad productiva, enfocada a la sustentabilidad.

Es también un mecanismo adoptado por varios países latinoamericanos que permiten reestructurar la visión del mundo sobre las comunidades rurales al igual que cambiar la visión de los miembros de las comunidades para con el mundo, en el ámbito social recuperar la cultura, identidad y autoestima de la población local. En el ámbito económico permite generar ingresos económicos complementarios a los tradicionales, aspectos que generan impactos positivos en las comunidades anfitrionas.

La propuesta ofrece algunas herramientas para trabajar el turismo y su relación con el medio ambiente, donde se garantice la gestión de los recursos naturales y culturales y los destinos adquieran competitividad en los mercados nacionales e internacionales mediante la implementación de los ejes de la sustentabilidad.

Estas herramientas pretenden conciliar el desarrollo turístico y la conservación ambiental, con la cooperación de entidades competentes en los niveles local, nacional, regional e internacional para garantizar resultados eficientes y puedan convertirse en verdaderos mecanismos sustentables, siendo parte de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo que establecen las medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad.

Además la OMT (2006) defiende que “el turismo sostenible responde a las necesidades de los turistas y las regiones anfitrionas, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro” tomando como base la definición de desarrollo sostenible expuesto en el informe de Brundtland (1987). Por lo tanto, esta modalidad de turismo comunitario sostenible está enfocado a generar un equilibrio económico, social y ambiental requerido por la sociedad en el desarrollo de sus actividades económicas.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Antecedentes

El turismo comunitario aparece por primera vez en una obra de Murphy en el año 1985, alcanzando el interés de muchos investigadores y académicos en diferentes partes del mundo conforme afirma Agüera (2013: 2), quien menciona que esta actividad económica genera constantemente la búsqueda de alternativas sostenibles para las áreas rurales de los países menos desarrollados, con miras a la reducción de la pobreza, al mejoramiento de su calidad de vida y consecuentemente como un aporte integral al bienestar colectivo, mediante el aprovechamiento de su cultura, patrimonio identitario y recursos naturales que involucran su geografía local.

En tal virtud el turismo comunitario no es tan socializado en América Latina y otros países, por cuanto es una modalidad emergida de sectores involucrados preponderantemente en componentes turísticos que demandan de una serie de atractivos que por tanto constituyen la tendencia de turismo del presente siglo, tal es el caso de Ecuador, México y Argentina quienes de alguna manera han desplegado en su normativa constitucional la generación de un turismo que conlleva vivencias, experiencias y aprendizajes comunitarios (Trujillo y Lomas, 2014).

Según la Directora de Desarrollo Turístico (2007), el turismo comunitario en Argentina es aprovechado como la oportunidad de ofrecer al mundo la interacción con las costumbres locales. Esta tendencia de turismo se enmarca en el plan de turismo sustentable y abarca a emprendimientos de desarrollo local de los espacios rurales por parte de los pueblos indígenas y las comunidades criollas que se interesan en participar de la actividad turística como alternativa complementaria de vida. En esta modalidad de turismo los interesados conocen la cultura de los pueblos indígenas, pueden participar de sus viviendas, costumbres, integrándose en la vida cotidiana del habitante local,

participando en las actividades agrícolas, crianza de animales y mantenimiento de sequías. Es una alternativa que permite un enriquecimiento recíproco.

El turismo comunitario en Ecuador tiene bases en el ecoturismo, fue formalizado al incluirse en 2001 en el Reglamento de Ecoturismo y Sostenibilidad y adquiere forma jurídica en la Ley de Turismo de 2002 (Ley de Turismo N° 97, 2002) en la que se reconoce a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) como interlocutor del turismo comunitario en el país y se reconoce al turismo comunitario como un sector de la actividad turística y, en el 2010 el Ministerio de Turismo establece el Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios, con el objeto de regular la actividad y promover un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible.

El turismo comunitario está considerado como un mecanismo estratégico de la economía del país. Especialmente como una alternativa para disminuir los problemas sociales de los sectores indígenas rurales. Aparece en la Plan Nacional de Desarrollo del Ecuador (2009-2013), como eje transversal de economía popular y solidaria y, en el Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible (Plandetur 2020), como un mecanismo que garantiza la conservación de la riqueza natural y cultural de las comunidades.

El turismo comunitario es una estrategia para el desarrollo local y consolidación política. Por lo tanto en Ecuador, parte de las políticas de manejo de las áreas protegidas establecen la participación de las comunidades locales como un aporte a la conservación tanto de biodiversidad como cultural del sector, determinado en el Plan de Manejo de cada área Protegida, definiendo mediante la zonificación los espacios de aprovechamiento para esta actividad.

Con base en lo anterior y con todo el enfoque tanto de turismo comunitario y turismo en áreas protegidas, la comunidad Chilcapamba ubicada dentro del Parque Nacional Cotacachi Cayapas en la zona de la laguna de Cuicocha de encuentra desarrollando turismo comunitario bajo las normas del Ministerio del Ambiente.

2.2. Sostenibilidad

La sostenibilidad o desarrollo sostenible ha alcanzado espacios importantes en los últimos años, es parte del lenguaje común de la sociedad, sin embargo, no alcanza en su aplicación a tener un sentido especialmente práctico. Este término utilizado por primera vez en 1987 enfocado a la sostenibilidad ambiental implica lograr resultados de desarrollo mediante la utilización racional de los recursos sin comprometer la los de las generaciones futuras como se define el en informe Brundtland presentado por la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo de la ONU.

En este sentido Agüera (2013) afirma que:

No existe sostenibilidad si no viene dada de una manera integral, teniendo en cuenta muy diferentes aspectos y agentes implicados; es decir, la sostenibilidad no se centra solo en la protección del medio ambiente, sino también en una eficiencia económica y una equidad social, y en la viabilidad a largo plazo de todas ellas. (p. 5)

En la dimensión económica debe procurar que los beneficios derivados del turismo se extiendan entre la población, se debe proteger a las empresas locales de la competencia desleal de las grandes compañías con escaso compromiso en el destino, en el ámbito ambiental se debe dar uso óptimo a los recursos ambientales, considerando que son el elemento esencial del desarrollo turístico, y en el ámbito socio-cultural que la sociedad local se involucre en los proyectos turísticos y en las experiencias de los usuarios (ob cit, p. 6)

Por lo tanto, mediante la aplicación de la sostenibilidad como herramienta de desarrollo se pretende garantizar un equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado y preservación del ambiente y el bienestar social, de esta manera se involucran los sectores que por largo tiempo han sido desatendidos, considerando que el enfoque sin sostenibilidad abarca solo el sector de crecimiento económico.

La FAO considera que es necesaria la adopción ecológica en las decisiones cruciales de desarrollo, estableciéndose como prioritarias para que la acción ambiental sea factible, esto tomando como precedente que el problema ambiental generado en las últimas décadas se ha ido agravando con rapidez y es evidente e inminente la necesidad

de aplicar soluciones en todos los ámbitos de producción, con la intención de mermar o retardar de alguna manera el avance del deterioro.

2.2.1. Objetivos de Desarrollo Sostenible

En el año 2015, en la Cumbre de Desarrollo Sostenible los líderes mundiales de los 193 países miembros de la ONU establecieron 17 objetivos globales con metas específicas que deben cumplirse hasta el 2030, enfocados a combatir los principales problemas sociales y ambientales que amenazan nuestro bienestar y permanencia en el planeta. La CEPAL (2015) presenta los siguientes objetivos establecidos en la Cumbre de Desarrollo Sostenible:

1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.
2. Poner fin al hambre, lograr la soberanía alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.
3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.
4. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.
5. Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas.
6. Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible en el saneamiento para todos.
7. Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.
8. Promover un crecimiento económico, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.
9. Construir infraestructuras, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.
10. Reducir la desigualdad en y entre los países.
11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
12. Garantizar modales de consumo y producción sostenibles.
13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
14. Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.
15. Promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y frenar la pérdida de diversidad biológica.
16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sustentable, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.
17. Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible (p. 9-41).

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible plantean grandes retos para las instituciones y la sociedad, demandan de estrategias, participación, seguimiento, evaluación y otros mecanismos de cumplimiento de metas, en este sentido el turismo al igual que otras actividades tiene como base los ODS para el enfoque de las diferentes propuestas, enmarcadas a colaborar con las metas.

2.3. Turismo Sostenible

Es una modalidad turística en la que la comunidad local participa activamente en las actividades tanto de gestión como de oferta turística, mediante el conocimiento incorporado a la comunidad por entidades de apoyo, permitiéndoles de esta manera desarrollar y manejar un proyecto sostenible, con la finalidad de que los beneficios generados por el turismo comunitario sea aprovechado por la comunidad. Por lo tanto, Inostroza, (2008) indica que el turismo comunitario “es capaz, de promover el desarrollo integral de las comunidades tratando de reducir la pobreza a través de la generación de empleo y la obtención de ingresos complementarios, evitando los movimientos migratorios” (p. 4).

Coccossis 1996, (citado por Bertoni, 2008) considera que el turismo sostenible presenta ambigüedades de concepto y que de acuerdo a las diferentes interpretaciones atribuidas se reconocen cuatro: “la sostenibilidad económica del turismo, el turismo ecológicamente sustentable, el desarrollo del turismo sustentable a largo plazo de la actividad y el turismo como parte de una estrategia de desarrollo sustentable” Esta última interpretación plantea cambios en la concepción del turismo, cambiando modelos de turismo masivo hacia modelos que disminuyan impactos ambientales, que garanticen el objetivo económico y fortalezca la participación y representación de los prestadores de servicios, sin embargo, para alcanzar este desarrollo sustentable se requiere de la implementación de controles y políticas medioambientales y el enfoque debe estar dirigido a los consumidores que les interesa la calidad ambiental.

Según la Organización Mundial de Turismo (1999). El turismo sostenible presenta las bases para la gestión de los recursos enfocados a satisfacer las necesidades económicas, sociales respetando la integridad cultural, los procesos ecológicos, la

diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida. De acuerdo a esta definición el turismo sostenible contiene las bases de desarrollo del turismo.

La OMT (2018) en la publicación sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenibles: buenas prácticas en las Américas, aconseja que se debe prestar atención a la gestión del turismo y enfocarse a fortalecer asociaciones entre los distintos actores interesados del sector público y privado tanto nacional como internacional sin dejar de lado la participación del viajero como un ente responsable en el manejo adecuado de los recursos y el cumplimiento de las políticas e iniciativas establecidas para alcanzar el objetivo de desarrollo sostenible en el campo turístico. Es decir, la responsabilidad no recae únicamente en los prestadores de servicios, sino más bien, se entiende como un trabajo conjunto entre oferta y demanda turística con un mismo enfoque de sostenibilidad.

Para el año 2000 se había integrado la demanda de turismo comunitario en localidades indígenas, es decir que la demanda ya no estaba dirigida únicamente al turismo de naturaleza o al ecoturismo, sino a vivir mediante el turismo experiencias con las comunidades, a esto se suma la proclamación de Año Internacional del Ecoturismo de las Naciones Unidas en el 2002, difundiendo ejemplares de buenas prácticas, la declaración de Québec sobre el ecoturismo que establece varias formas en las que el ecoturismo puede aportar al desarrollo sostenible, beneficiando a las comunidades. A esto se suman los aportes de agentes externos como ONGs, empresas privadas, instituciones públicas y de cooperación internacional, sin embargo hay que considerar que la intervención de la empresa privada ha evidenciado irregularidades en la actividad de turismo comunitario, utilizando a los territorios indígenas como mano de obra barata de grandes negocios, dejando de lado la sostenibilidad (Carrión, D., Durán M., Farfán, K., y Serrano A.)

2.4. Turismo Sostenible en Áreas Protegidas

El turismo en Áreas Protegidas no es una actividad nueva, imperando por algunos años el turismo tradicional y sus efectos poco positivos en el ambiente y la experiencia pasiva que esto generaba. Sin embargo, a medida que los interés de los visitantes fueron

cambiando, también se modificó la oferta turística en estos espacios, dando lugar al turismo alternativo (Díaz, 2017).

De este modo según Díaz (2017) las áreas protegidas se convirtieron en el escenario donde se desarrollan las diferentes alternativas de turismo, así tenemos; turismo rural, ecoturismo, turismo de naturaleza, turismo ético, turismo indigenista, turismo de granja (...) todos estos con objetivos similares enfocados al desarrollo Sostenible.

Según el Ministerio de Ambiente en el Código Orgánico del Ambiente (2017) capítulo II del sistema nacional de áreas protegidas Art. 37., establece que las áreas protegidas serán espacios prioritarios de conservación y desarrollo sostenible y los Gobiernos Autónomos Descentralizados deberán incorporar las áreas protegidas a sus herramientas de ordenamiento territorial, dentro de los objetivos del Art. 38 establece para el sector turístico:

“Respetar, promover y mantener las manifestaciones culturales, el conocimiento tradicional, colectivo y saber ancestral de las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades e integrarlas al manejo de las áreas protegidas e impulsar alternativas de recreación y turismo sostenible”. De manera que los Gobiernos Descentralizados tienen la responsabilidad de incluir en el ordenamiento territorial la actividad turística como una forma de garantizar los derechos de la naturaleza y el correcto uso de los recursos que permiten potencializar la actividad turística, mientras promueve y valora la cultura de las localidades asentadas en estos espacios protegidos.

En este sentido, para que el turismo sea sostenible, todos los involucrados deben participar constantemente y enfocarse en cada una de sus responsabilidades, de mismo modo, “como todas las actividades humanas, el turismo sostenible es dinámico y requiere que continuamente se evalúen sus impactos y beneficios potenciales para implementar las medidas necesarias” (Ministerio de Ambiente, 2015, p.10). El turismo al igual que cualquier actividad genera impactos positivos y negativos y se requieren evaluaciones periódicas para medir sus alcances e implementar medidas de acuerdo a los resultados.

Según la OMT (2012), “las operaciones turísticas en áreas protegidas deben planificarse, gestionarse y supervisarse cuidadosamente para garantizar la sostenibilidad

a largo plazo. De no ser así, los efectos del turismo van a contribuir a un mayor deterioro en el lugar” (p.7). En este sentido se puede hablar del turismo como una herramienta de doble propósito, todo depende del uso de esta herramienta, está considerado como una alternativa viable para la conservación de los recursos, brindar educación ambiental y generar conciencia mientras, aporta también al mejoramiento social y económico, sin embargo si su manejo no es cuidadoso y responsable, fácilmente podría cambiar el propósito y convertirse en un mecanismo de daño ambiental. Para garantizar la sostenibilidad de las operaciones turísticas en áreas protegidas la OMT ha generado las siguientes directrices:

2.5. Turismo Comunitario

Maldonado (2005) menciona que el turismo comunitario “es toda organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos” (p.13) enfocados a crear interrelación con los visitantes generando una dualidad de experiencias, como un mecanismo de aprendizaje y valoración cultural compartido.

El turismo comunitario es también parte de las estrategias de conservación de las áreas protegidas. La Organización Mundial de Turismo (2002) indica que “el turismo puede constituir, de hecho, una herramienta fundamental para la conservación de esas zonas y contribuir a la sensibilización ambiental de los residentes y visitantes”.

Esta definición bastante general engloba diferentes formas operativas que se definen en el desarrollo de cada organización de turismo comunitario de acuerdo a las necesidades de gestión, para impulsar estas organizaciones, mediante la intervención de ONGs y apoyo del sector privado o alianzas con empresa privadas, lo cierto es que dentro de la actividad turística las comunidades rurales persiguen objetivos generales enfocados a tener un control más seguro y autónomo de sus recursos patrimoniales, de los beneficios que genera esta actividad y fortalecer la capacidad de autogestión, con la finalidad de generar un reparto equitativo de las utilidades con el fin de erradicar la

pobreza en su sector. También se persiguen objetivos específicos, de fortalecer las relaciones sociales y reafirmar el valor cultural.

Es importante destacar dentro del turismo comunitario la dimensión humana (Maldonado, 2005) enfocado a la interrelación de las diversas culturas en sentido de reconocer y aprender de los modos de vida. Este factor es el que atrae e incentiva al turista junto con el hábitat de estos asentamientos humanos para poder apreciar la preservación de la identidad étnica, la valoración y la transmisión de su patrimonio cultural, destacando que el elemento predominante de este tipo de turismo es la misma comunidad, además del elemento natural y paisajístico.

Por otro lado, el turismo comunitario como factor de desarrollo, se encuentra dentro del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible del Ecuador, PLANDETUR 2020, herramienta de planificación diseñada en forma participativa por el Ministerio de Turismo. (Inostroza, 2008).

Según el PLANDETUR 2020, en la Estrategia Ambiental para el Desarrollo Sustentable del Ecuador, contempla en el ámbito de Conservación y aprovechamiento del capital natural el Turismo de Naturaleza las siguientes políticas:

1. Impulsa la identificación y promoción de las potencialidades turísticas de las áreas protegidas, los bosques protectores, las playas y bahías, nevados y otros recursos escénicos.
2. Estimula la inversión turística en áreas protegidas, particularmente en el mejoramiento de los servicios
3. Impulsa el establecimiento de sistemas de certificación de actividades turísticas sustentables.
4. Desarrolla sistemas de información y capacitación en actividades de turismo de naturaleza, encaminadas a fortalecer la participación de las poblaciones locales.
5. Impulsa la reinversión de beneficios generados por el turismo en actividades que aporten al sostenimiento de las áreas protegidas, los bosques protectores, las playas y otros recursos escénicos (p. 25).

En España dentro del turismo comunitario se lo ha incorporado un turismo solidario, en el que la principal motivación del viajero es aprovechar el tiempo de

visita colaborando con algún proyecto de interés social o medioambiental (Lanquar R., y Rivera M., 2010). Este tipo de turismo permite conocer los problemas socioeconómicos y ambientales locales, para plantear proyectos de desarrollo. Esta modalidad de turismo se da en consumidores conscientes y comprometidos con el ámbito social y ambiental.

2.5.1. Políticas del Turismo Comunitario

La Organización Mundial de Turismo ente rector y encargado de promover el desarrollo sostenible, es quien establece las directrices para la gestión sostenible del turismo, aplicables a las diferentes formas y destinos de turismo para garantizar la sostenibilidad a largo plazo, para ello se establecen tres aspectos o dimensiones que deben mantener un equilibrio en su gestión; el aspecto ambiental, económico y sociocultural.

Con base en las políticas generales de la OMT, el Ministerio de Turismo del Ecuador, establece el reglamento para los centros turísticos comunitarios en el que reconoce que el turismo comunitario es un modelo de gestión en el que la comunidad local aprovecha tanto el patrimonio natural como cultural del espacio en el que habita para implementar y ofrecer un servicio turístico con la participación comunitaria activa en los ámbitos de planificación y ejecución de acciones convenientes para potenciar el desarrollo sostenible de la población mediante la reinversión de los beneficios generados de la actividad turística.

En este contexto se presentan algunas de las normas establecidas por el Ministerio de Turismo con el objeto de normar el ejercicio de las actividades comunitarias tomadas del Acuerdo Ministerial N° 16 (2010). Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios.

Art. 4. Los Centros de Turismo Comunitario, deben estar constituidos como personas jurídicas, debidamente reconocidas por la autoridad pública competente y deben estar registradas en el Ministerio de Turismo, previo al inicio de su funcionamiento.

Art. 7. Las actividades turísticas se realizarán de manera directa por la comunidad.

Art. 15. Las actividades turísticas comunitarias realizadas por las comunidades registradas, deberán promover y contener particularmente en su oferta, los recursos naturales, preservación de la identidad cultural y seguridad de las comunidades.

Art. 17. La actividad turística comunitaria tendrá como bases el respeto y preservación de los recursos naturales y culturales existentes en su territorio. En consecuencia, las comunidades crearán su propio reglamento de uso y manejo del territorio.

Art. 18. Los recursos naturales que han sido transformados en atractivos turísticos y se encuentran asentados en determinado territorio comunitario son de uso exclusivo para ella para operación turística.

Art. 19. Turismo en áreas naturales del Estado.- Es de competencia de los ministerios de Turismo y Ambiente coordinar el ejercicio de las actividades turísticas comunitarias en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado. Los centros de turismo comunitario deberán sujetarse a los planes de manejo ambientales del PANE determinadas por el Ministerio del Ambiente y recibirán del Ministerio de Turismo, en igualdad de condiciones, todas las facilidades necesarias para el desarrollo de las actividades turísticas.

Art. 20. Turismo en zonas de amortiguamiento.- en estas zonas el Ministerio de Turismo definirá conjuntamente con el Ministerio de Ambiente las regulaciones, los servicios, los convenios y concesiones de estas áreas para fomentar el turismo comunitario.

2.5.2. Sistemas de gestión de Turismo Comunitario

El Ecuador, establece dentro de las políticas de gobierno del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 y en la Constitución de la República 2008, el interés por la inclusión, el fomento de igualdad de género y la protección de la pluriculturalidad, de manera que estos elementos se pueden congregar en la actividad turística (Vargas, Manjarrez, & Ortega, 2014). En este sentido el turismo comunitario es un mecanismo de alcance de las políticas de gobierno que permiten garantizar la plurinacionalidad y la interculturalidad tanto nacional como internacional, mediante el intercambio de experiencias, a la vez que la comunidad se convierte en protagonista de la difusión de su cultura y en la toma de decisiones de la gestión de la oferta turística en su territorio.

La gestión del turismo tradicionalmente ha dejado efectos negativos en el ambiente y en la cultura de los destinos visitados, es por esto que Machado (citado por Vargas et

al. 2014) manifiesta que la gestión de los destinos turísticos contemporáneos deben ser desarrollados teniendo como base los auténticos atractivos patrimoniales que caracterizan la identidad natural y cultural del ambiente local en el que se desarrolla la producción turística. Sin embargo de debe entender que estos cambios generan nuevas oportunidades pero también nuevos riesgos, por tanto, para garantizar el éxito de la actividad turística a largo plazo, es importante centrarse en la mejora continua y enrolarse en en ámbito de competitividad, generando frecuentemente productos con valor agregado y un análisis de los cambios en las tendencias de la demanda para la toma oportuna de decisiones que permitan integrar a la oferta turística en el futuro.

Como mecanismo para garantizar la permanencia en el mercado turístico se debe considerar también la gestión integrada de destinos como un aporte a los objetivos regionales, es decir, un trabajo conjunto entre el sector público y privado de manera que se convierta en un elemento reconocido del turismo de la región obteniendo participación dentro de los lugares que no deben dejar de visitar cuando se realiza turismo en determinada región, a la vez que se obtiene información actual sobre los cambios y preferencias de la demanda turística (Vargas et al. 2014).

2.5.5. Impactos del Turismo Comunitario

El turismo comunitario concibe un conjunto de responsabilidades que deben asumir todos los actores involucrados, el impacto generado por el turismo comunitario debe ser medido de acuerdo a cada realidad. Sin embargo, estos se realizan con base a criterios, parámetros y estándares sociales, económicos y medioambientales. (Lanquar R., y Rivera M., 2010).

Impacto en la biodiversidad

La FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador) orientada por los principios de conservación y protección, mediante sus organizaciones de turismo comunitario ha contribuido a proteger la flora y fauna amenazadas, con la intención de salvaguardar la herencia natural que permita impulsar la promoción de la actividad turística y la identidad cultural, generando un impacto positivo en sus miembros, quienes realizan prácticas de conservación conscientes del beneficio y la

importancia de cuidar los recursos naturales, como compromiso con el medio ambiente, pero también como un impulsor de la actividad turística; por lo tanto, el turismo comunitario ha contribuido a impulsar alternativas de conservación basadas en el conocimiento ancestral, permitiendo a los miembros de la comunidad convertirse en protagonistas de la conservación retomando muchas de sus expresiones culturales.

Además dentro de los Objetivos del Milenio, establecidos en la Cumbre del Milenio de Naciones Unidas (2008), el objetivo 7 está encaminado a garantizar la sostenibilidad del medio ambiente, mediante la incorporación de políticas y programas nacionales que permitan cambiar la realidad ambiental comprometiéndose a reducir la pérdida de diversidad biológica.

Impacto Socio económicos

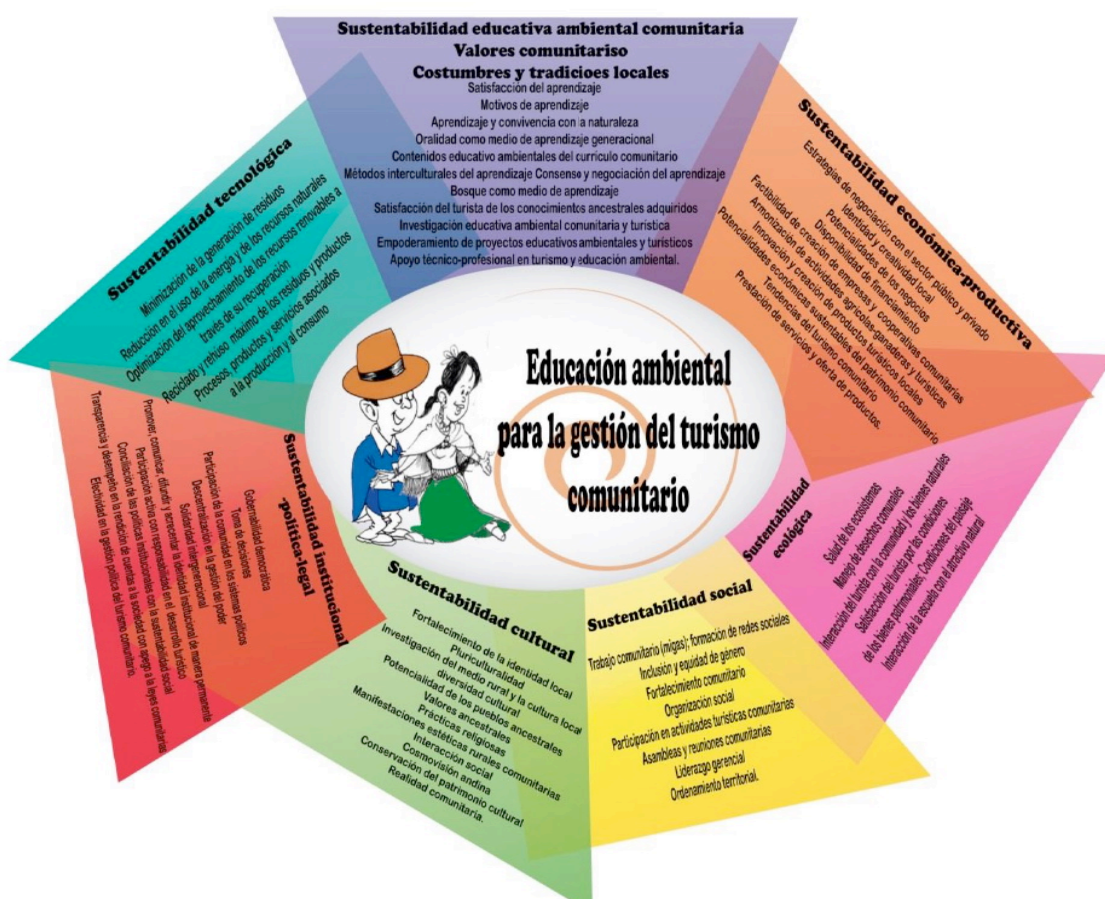
Según el INEC (2010) más del 65% de la población rural sufre pobreza y el 30% sufre pobreza extrema, de estos porcentajes las comunidades indígenas son las más afectadas. La FEPTCE durante su gestión ha logrado integrar a las organizaciones de turismo comunitario en el mercado nacional e internacional, alcanzando mayor bienestar para los sectores más vulnerables mediante soluciones de desarrollo sustentable; estas soluciones incluyen un fortalecimiento organizacional de las comunidades, mejoramiento en la infraestructura comunitaria, mayor acceso a la salud, creación de puestos de trabajo, acceso a la educación, valoración de la cultura, apreciación de la diversidad biológica, las mejoras son evidentes en las comunidades con la intervención de actividades turísticas, generan un mejoramiento integral en los participantes.

El turismo debe mejorar la calidad de vida de la comunidad anfitriona, además de crear puestos de trabajo y generar ingresos, pueden servir también para ayudar a las comunidades locales a satisfacer sus necesidades; mejorar las carreteras, servicio de comunicación, mejorar la educación, enseñar idiomas, brindar formación profesional, mejorar los servicios de salud (Eagles et al.,2002).

Impacto Político

La FEPTCE, en la actualidad, mantiene relación con el Ministerio de Turismo, por lo tanto, este organismo establece reglas e instrucciones estandarizadas para la gestión del turismo comunitario, es decir, que el turismo comunitario está integrado en el Plan de Desarrollo Estratégico de Turismo del Ecuador. Al considerarse la actividad turística comunitaria dentro de las políticas nacionales estas organizaciones se amparan dentro del marco legal que garantiza su participación activa en la toma de decisiones gubernamentales en beneficio de los sectores vulnerables, como generadora de beneficios locales, con enfoques de desarrollo e integración en la economía nacional.

2. 5.6. Modelo Educativo Ambiental para la Gestión de Turismo Comunitario



Lomas, R. (2016) **Modelo Educativo Ambiental para la Gestión del Turismo Comunitario de la Comunidad de Fakcha Llakta, Ecuador**. UPEC- Ecuador

2.6. Oferta Turística

Según Hernández (2016), la oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructura ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas (p.1).

De acuerdo a la Secretaría de Turismo (2002:43), en la oferta participan cuatro actores, medio ambiente, prestadores de servicios, comunidades locales y autoridades en los tres niveles de gobierno. El medio ambiente provee los recursos naturales, los prestadores de servicios ofrecen los servicios turísticos básicos y atractivos artificiales. Los habitantes de las localidades aportan la riqueza cultural y los recursos humanos para la prestación de los servicios turísticos y la autoridades establecen el marco general para el desarrollo de las actividades turísticas, garantizan la seguridad de los turistas y el clima de negocios apropiado (p. 21).

Considerando las definiciones anteriores; la oferta turística lo constituyen un conjunto estructurados y planificado de bienes y servicios que se crean y se colocan en el mercado para ser usados por los clientes, en el que intervienen diferentes actores para su desarrollo.

Por su parte Gurria (1991) refiere que el turismo se regula por medio de la oferta y la demanda, de manera que si existe una demanda se puede crear la oferta y viceversa, si existe una oferta mediante la promoción se puede crear una demanda, pero todo esto requiere de un proceso de planeación congruente, refiere además que cualquier espacio que tenga un atractivo puede convertirse en oferta porque cubre las necesidades del turista, considerando que este se moviliza de su lugar de destino por una motivación.

2.7 Atractivos Turísticos

De acuerdo a la Secretaría de Turismo (2002), los atractivos turísticos “son aquellos que no han sido inventados por el ser humano, comprenden los paisajes naturales o aspectos de la cultura local que son únicos, no se pueden copiar y constituyen una ventaja competitiva”(p.30) a estos atractivos se deben implementar servicios que los vuelvan accesibles y visitables (p.33)

Las personas cuando viajan lo hacen por un motivo y hacia un lugar específico, por lo tanto, este lugar o destino debe reunir características que lo vuelvan atractivo e interesante, de manera que los turistas se sientan (Gurría, 1991). En este sentido se puede definir al atractivo turístico como un espacio con características específicas que motivan el desplazamiento de personas que se encuentran atraídas e interesadas en hacer uso de esas características, permitiéndoles a estos satisfacer una necesidad.

Para Gurría (1991) “los atractivos turísticos pueden ser temporales o permanentes y se clasifican para su estudio en dos grandes grupos: los atractivos naturales y los atractivos culturales” (p 48). De la misma manera García Silberman, reitera que “ los recursos turísticos se dividen en naturales y culturales, estos últimos a la vez se clasifican en históricos y contemporáneos” (p. 61). Los recursos culturales como lo menciona García, serán aquellos creados por el ser humano, que contengan características que despierten el interés del visitante, a su vez serán históricos aquellos que manifiesten cultura de otra época y contemporáneos aquellos que se creen en la actualidad. Los recursos turísticos naturales por su parte serán aquellos que manifiesten características naturales de interés y requieren de prácticas de conservación.

De lo anterior, se puede entender la importancia de los atractivos turísticos para el desarrollo del turismo de una región. Es decir que las características particulares de los espacios en sus diferentes ámbitos se convierten en atractivos para las diferentes percepciones, gracias a ellos se puede tener diversidad de oferta a considerar de acuerdo a las preferencias, siempre acompañados de la implementación de productos y servicios para satisfacer los requerimientos y hacer del turismo una experiencia.

2.8. Productos Turísticos

Los productos turísticos son considerados un pilar de la comercialización, sobre este existen varias definiciones de diferentes autores así;

Salinas y Medina (2009) mencionan que:

“Los productos turísticos son ofertas de diferentes tipos que se preparan para ser brindadas al turista en forma de actividades y servicios, mediante el empleo de

diferentes tecnologías y/o instalaciones” (p.228). Los productos turísticos deben ser capaces de motivar visitas, captar la atención para motivar las llegadas así como satisfacer un interés o necesidad y propiciar experiencias.

El Centro de Estudios Turísticos de la Universidad de la Habana (2006) indica que un producto turístico constituye una combinación de prestaciones y elementos tangibles e intangibles que ofrecen determinados beneficios al cliente como respuesta a ciertas expectativas y motivaciones.

2.8.1. Componentes de los productos turísticos

Los productos turísticos son heterogéneos y complejos al ser una combinación de tangibles e intangibles y su aceptación o disfrute depende del cliente, sin embargo, Salinas y Medina (2009) identifican algunos de los siguientes componentes que sobresalen:

- Recursos turísticos (naturales, histórico-culturales y socio-económicos)
- Accesibilidad
- Guías especializados
- Medios de transporte y comunicación
- Infraestructura de alojamiento y servicios extra hoteleros
- Equipamiento recreativo de diversos tipos
- Comunidad local
- Atractivos periféricos complementarios (p.229)

2.9. Demanda Turística

Según la OMT, la demanda turística se define como: “el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades”. De lo anterior se puede explicar que: la demanda turística lo conforma un grupo de personas con necesidades específicas de ocio que encuentran en la oferta turística un mecanismo para cubrir esa necesidad.

2.10. Factores que estimulan la demanda turística

Para Gonzales (2016) la demanda turística se estimula por diferentes factores; entre ellos, la capacidad económica, la motivación, el tiempo de ocio, los estilos de vida, costumbres religiosas, el marketing, la calidad de los productos, los medios de transporte, la política (p. 72).

Considerando que los factores que estimulan el desplazamiento con diversos, la oferta turística también debe ser variada y debe cubrir las expectativas y necesidades del nicho de mercado al cual está enfocada. Es importante analizar el mercado al que se va a dirigir la oferta turística con base a las tendencias de demanda registradas y lanzar un medio de promoción y publicidad acorde para captar este segmento.

2.9.1. Clasificación de la Demanda Turística

Según Villasante (2016) la demanda turística presenta la siguiente clasificación:

Demanda efectiva o actual que es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir la personas que viajan, por lo tanto se encuentran reflejadas en las estadísticas mundiales. Demanda no efectiva es el sector de la población que no viaja y está considerado dentro de la demanda potencial que viajará en el futuro cuando experimenten un cambio de circunstancias y la demanda diferida, que es la que no ha podido viajar por algún problema en el entorno o que a su vez no puede viajar por su economía no lo permite y la no demanda que considera a la gente que no desea viajar (p. 1).

La demanda turística se encuentra clasificada en tres grupos:

Demanda efectiva, número actual de personas que participan en la actividad turística (...)

Demanda no efectiva, sector del población que no viaja por algún motivo. A esta demanda la considera potencial, es decir que viajaran cuando las circunstancias mejores.

No demanda, personas que no desean viajar. (Gonzales, 2016, p. 73).

2.9.2. Demanda Actual

Según los indicadores turísticos de “Ecuador en cifras” del Ministerio de Turismo, el ingreso de divisas por actividades turísticas en 2017 tuvo un crecimiento del 14,8 % en relación al año 2016 y un crecimiento del 62,9% de entradas de personas al país hasta marzo del 2018 en relación al año 2017, generando el 6,4% de empleos por turismo y el incremento de recaudación de impuestos del 4,02% por actividades de turismo. Por lo tanto, se considera que la demanda actual estadísticamente está creciendo, presentando oportunidades de desarrollo e inversión para el país.

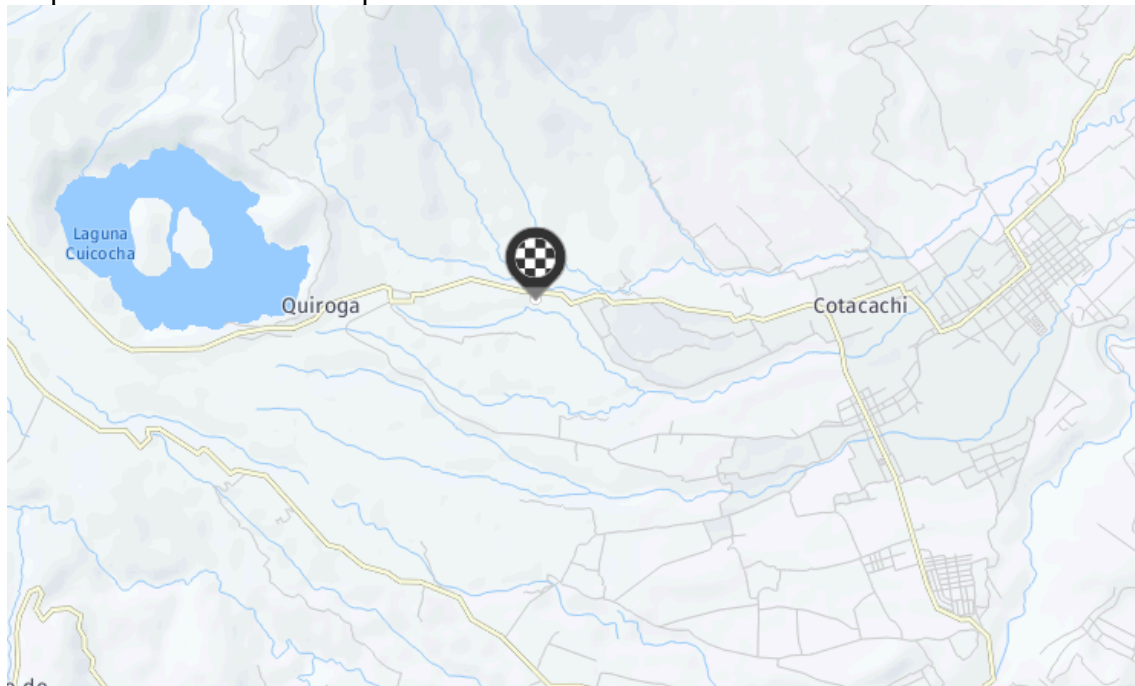
Tendencias que afectan la planificación del turismo en áreas protegidas

Existen tendencias a escala mundial y también local que se han ido modificando y, es importante considerarlas dentro de la planificación del turismo en áreas protegidas, para estar acordes con la demanda. Dentro de las tendencias se considera un mayor nivel educativo, la educación y la alfabetización están aumentando en todo el mundo tanto para hombres como para mujeres y el nivel de educación está relacionado con la demanda de actividades de ocio y turismo, actividades de aprendizaje y estudio de la naturaleza y de la cultura, es decir este tipo de turista tiene mayor conocimiento y preparación que un turista común, por lo tanto las expectativas en las áreas protegidas aumentan. Otra tendencia es el envejecimiento de la población, las Naciones Unidas indican que el 22,1% de la población mundial tendrá más de 60 años en 2050, esto significa que las áreas protegidas tendrá más visitantes de edad, para este perfil de se deben tener en cuenta varios aspectos, como rutas con menor desnivel, aseos más accesibles, espacios para personas con discapacidades, en este sentido los gestores deben comprender las necesidades de esta población. El nuevo papel de la mujer en la sociedad, las mujeres están adquiriendo mayor protagonismo como mano de obra remunerada y por lo tanto aumenta también el número de mujeres que buscan espacios de ocio, en este sentido las mujeres tienen diferentes interés a los hombres en el turismo, además se debe considerar la edad de las mujeres al momento de considerarlas dentro del turismo en áreas protegidas. Además dentro de las tendencias se deben considerar los cambios en la distribución del tiempo de ocio (Eagles, McCool y Haynes, 2002).

2.10. La comunidad Chilcapamba, características y ubicación geográfica

Chilcapamba, es una comunidad ubicada en la provincia de Imbabura en el cantón Cotacachi, en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Cotacachi Cayapas, en la parroquia San Francisco.

Mapa 1. Comunidad Chilcapamba



Fuente: google maps

Se encuentra a una altitud de 2.607 m.s.n.m. a 16 Km desde la ciudad de Otavalo y a 15 minutos en vehículo de la ciudad de Cotacachi. Tiene un clima templado, con temperatura promedio de 18°C y una altura de 2560 m.s.n.m. El turismo comunitario en Chilcapamba inició en el año 2000 como uno de los proyectos impulsados por la UNORCAC (Unión de Organizaciones Campesinas Indígenas de Cotacachi) que abarca comunidades y diversas organizaciones de base campesinas indígenas y mestizas, con el objetivo de propiciar la unidad y solidaridad de las comunas con miras a impulsar el desarrollo social y económico, luchar por la defensa y revitalización de los valores culturales. (UNORCAC, 2010)

El turismo comunitario de Chilcapamba, brinda el servicio de hospedaje en los hogares, convivencia familiar, gastronomía tradicional, visita a talleres artesanales, música andina, voluntariado, ciclopaseos y alternativas de visita a sitios importantes de la provincia. Según el presidente de la UNORCAC y presidente de la Operadora de

Turismo Comunitario Runa Tupari, la Red la conforman cuatro comunidades; La Calera, Morochos, Chilcapamba quienes son socios conjuntamente con la UNORCAC de la operadora de turismo Runa Tupari ubicada en la ciudad de Otavalo.

La estructura organizativa se constituye de la siguiente manera:

- Asamblea General de socios
- Presidente
- Gerente
- Dirigencias de comunidades (cabildo)
- Comisión de turismo, coordinan con los servicios, registran el ingreso de turistas
- Ventas
- Contadora
- Servicio de guías

Todos los prestadores de servicios turísticos que operan con Runa Tupari, cobran su porcentaje económico de la actividad cada fin de mes en la empresa con factura, y los beneficios generados por turismo durante el periodo de un año se invierten en proyectos comunitarios, agua, ambiente, capacitaciones. Es aquí donde se tiene el enfoque comunitario, porque no todos los pobladores de las comunidades participan directamente de la prestación de servicios, por temas administrativos, pero se beneficia toda la comunidad de manera indirecta con los beneficios que la actividad genera.

La comunidad tiene las siguientes organizaciones:

- Comunidad como cabildo
- Grupo de mujeres
- Grupo de productores
- Grupo de artesanos
- Grupo de danza
- Grupo de músicos
- Junta de agua

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

En este apartado se explica el tipo de investigación, los métodos utilizados para la recolección de información, las técnicas y los instrumentos aplicados, se describen los procedimientos seguidos y la selección de los informantes. Se presenta en la siguiente estructura.

3.1. Tipo de Investigación

El estudio tiene una investigación cualitativa, misma que según Hernández, Fernández y Baptista (2006) “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para describir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (p. 16) es además descriptiva, propositiva y de campo. Según Hernández, et. al. (1997) “los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (p. 60)., en este sentido se determinarán las variables que nos permitan medir y especificar las propiedades significativas de los fenómenos de estudio.

De la misma Manera; Trujillo, C., Naranjo, M.; Lomas, K.; Merlo, M., (2019) El enfoque cualitativo de la investigación se fundamenta en las ideas del paradigma interpretativista desarrollado por las ciencias sociales, para el cual no existe una realidad social única que afecte a todos los seres que habitamos en este mundo, más bien existen variadas realidades construidas desde la óptica personal de cada uno de los individuos. Este enfoque requiere que el investigador busque comprender las motivaciones del grupo estudiado, abandonando su óptica personal, este es un enfoque global y flexible, en donde se establece una relación directa entre el observador y el observado, logrando la construcción total del fenómeno desde las diferencias individuales y estructurales básicas.

Es propositiva porque permite presentar una propuesta enfocada a la solución de problemas, para el caso de estudio, se desarrollarán estrategias sostenibles de turismo

comunitario que aporten a la comunidad como herramienta para fortalecer a la organización que trabaja en esta rama del turismo.

Para la recopilación de la información requerida se utilizaron los siguientes métodos:

3.2. Métodos de investigación

Para la investigación se va a utilizar el método descriptivo y de campo.

Para el método descriptivo se va a utilizar un diseño de análisis mixto que según Zorrilla (1993) es documental y de campo, “documental basada en la utilización de documentos o archivos como fuente de información y, de campo que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos de estudio” (p. 43).

3.3. Técnicas e instrumentos

Según Trujillo et al. (2009) “las técnicas permiten recopilar la información o los datos de las fuentes claves, de acuerdo a los objetivos planteados, con el propósito de acceder al contexto ontológico para construir el conocimiento” (p.26) mientras que los instrumentos son herramientas que facilitan la recolección de la información. En este sentido el proyecto de investigación utilizó las siguientes técnicas e instrumentos.

3.3.1. Entrevista

Los autores citados anteriormente mencionan que “la entrevista es una técnica de interacción social entre el investigador (entrevistador) y el sujeto de estudio (entrevistado), la cual permite recolectar una gran cantidad de información sobre un determinado tema a investigarse” (p.69). Por tanto, esta técnica permite obtener información amplia y detallada, incluso se puede obtener información que no estaba considerada en la planificación pero que aporta considerablemente a la investigación, además posibilita averiguar hechos no observables como motivos, puntos de vista, opiniones, valoraciones y permite centrar y orientar el tema hacia un objetivo determinado.

Para el caso de estudio se utiliza una entrevista dirigida, con un cuestionario de preguntas guiadas, detalladas de acuerdo al orden de necesidad de información, que responde al objetivo de investigación, luego las respuestas se transmiten tal y como las menciona el entrevistado, para ser analizadas en el siguiente capítulo.

3.3.2. Matriz FODA

Es una herramienta de estudio de la situación de una empresa, institución, proyecto o persona, analiza las características internas debilidades y fortalezas y su situación externa amenazas y oportunidades y permite establecer conclusiones para la toma de decisiones. Para el caso de estudio, es una herramienta que permite diagnosticar la gestión del turismo comunitario en Chilcapamba.

3.3.4. Diario de campo

Para Pérez y Merino (2009) el diario de campo “es un instrumento utilizado para registrar aquellos hechos que son susceptibles de ser interpretados”. Es decir el diario de campo permite recolectar información sistematizada para luego analizarla o utilizarla según necesite el estudio. En muchos casos sirve para tomar notas no programadas y complementar información que no fue recopilada con los otros instrumentos de investigación.

3.4. PROCEDIMIENTO

La investigación se desarrolló en las tres fases que se presentan a continuación:

Primera fase

Para diagnosticar la gestión del turismo comunitario de la comunidad Chilcapamba se convocó a una reunión de trabajo con los actores del turismo en las áreas de hospedajes, artesanías, música y agroturismo, un total de cinco personas para desarrollar una matriz FODA. El taller comprendió una explicación sobre el uso y beneficios de esta herramienta de medición, luego mediante intercambio de información y en una

pizarra de describieron los apartados de la matriz, se inició con las fortalezas, luego se identificaron las debilidades, con estas dos descripciones se postularon posibles amenazas y futuras oportunidades.

Segunda fase

Para determinar las acciones que la comunidad de Chilcapamba realiza sobre el turismo comunitario se estructuró un formato de entrevista guiada y se aplicó al presidente de la UNORCAC que también es el dirigente de la organización Ayllu Kawsay y, de manera similar se coordinó una reunión con la representante de mujeres de la comunidad que también participa de la actividad turística de la comunidad en el área de artesanía y convivencia. La información de las entrevistas se guardó en audio, luego en una matriz excel se transcribe el relato de los informantes siguiendo el formato de encuesta. Mediante al entrevista y observación de campo se llenaron las fichas de observación y ficha de atractivos que dispone la comunidad como parte de su oferta turística.

Tercera fase

Se formularán las estrategias de gestión sostenible de turismo comunitario tomando como base la información obtenida en el primer y segundo objetivo, estos resultados serán los que direccionen la estructura de la propuesta en función de las necesidades del turismo comunitario que se desarrolla en el sector.

3.4. Población y muestra

Según Hernández Sampieri, "una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones" (p. 65). Es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las entidades de la población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación. Por lo tanto el sujeto de investigación debe contener algunas características específicas que son el objeto de la aplicación del instrumento de la investigación. Para el caso de la comunidad de estudio, la información se obtuvo de los dirigentes y participantes de la actividad turística de la organización *Sumak Kawsay*, el interés radica en la opinión subjetiva.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La información recopilada con los instrumentos de investigación se detalla de la siguiente manera: para el diagnóstico de la gestión del turismo se analiza e interpreta la matriz FODA, mientras que para la entrevista, se determinaron categorías, subcategorías y definiciones de las subcategorías, para ordenar las acciones realizadas en la organización de turismo comunitario de Ayllu Kawsay.

Para diagnosticar la gestión del turismo comunitario que se realiza en la comunidad Chilcapamba, se presenta el análisis e interpretación de la matriz FODA que se encuentra en la tabla 1., describiendo sistemáticamente las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

Las fortalezas del proyecto *Ayllu Kawsay* en Chilcapamba se basan en la cultura indígena ancestral, la variedad de servicios ofertados, la agro biodiversidad y la convivencia familiar, mediante la cual brinda la oportunidad de convivir con una familia local durante un periodo de tiempo, consumir alimentos orgánicos, participar de la cultura y el proceso de conservación ambiental desde la comunidad, elementos apetecidos dentro de cierto mercado americano y europeo. Además la actividad no se queda únicamente en la comunidad, manejan propuestas de paseos en bicicletas y recorridos a los principales atractivos turísticos de los cantones Cotacachi y Otavalo.

Los ingresos obtenidos de la actividad turística representan beneficios no solamente para las personas que brindan el servicio de manera directa, más bien con el ingreso del turismo se beneficia toda la comunidad como es el caso del agua, además los niños reciben capacitaciones por parte de los voluntarios que visitan Chilcapamba y en algunos casos los mismos han desarrollado proyectos de educación con fondos internacionales para brindar oportunidades a los jóvenes de la comunidad de continuar con los estudios superiores.

Como un mecanismo para eliminar la tercerización y establecer una relación directa entre comprador y vendedor en la comunidad se ha creado una feria artesanal y gastronómica que funciona los días viernes a partir de las cinco de la tarde. De esta manera los ingresos por ventas aumentan en este campo, ya que la mayoría de artesanía se elaboraban para entregarse a los vendedores de la Plaza de Ponchos en Otavalo. También los días sábados en la ciudad de Cotacachi se maneja una feria de productos agrícolas, donde se expone gran variedad de productos del cantón que involucran a las diferentes comunidades en la venta de sus productos.

Las principales debilidades del Turismo de Chilcapamba se centran en la gestión de la organización y en la comercialización de la oferta turística. La promoción y difusión del proyecto es deficiente. Actualmente trabajan únicamente a través de un fan page de Facebook, anteriormente su difusión estaba ligada a la operadora de turismo y la página web que recibieron de un voluntario, sin embargo esta última desapareció al no tener contacto con la persona que la manejaba desde otro país, a partir de entonces los turistas llegan por recomendación de quienes han visitado a las familias de la comunidad.

Los desacuerdos son parte de las debilidades de la comunidad, existe envidia entre las comunidades que participan en el turismo, por la mayor o menor llegada de visitas, por el día de permanencia de los mismos, generando cismas y separación del proyecto, por esta razón las familias de Chilcapamba ahora trabajan de manera independiente en la captación de turistas, lo que ha reflejado un descenso considerable.

Además la comunidad no dispone de todos los servicios básicos, dificultando su bienestar y la prestación de servicios a los turistas, sin embargo procuran brindar calidad y seguridad durante su estancia, acomodándose con lo que tienen.

Otro problema de los albergues principalmente es que no tienen la calificación de los Ministerios de Ambiente y Turismo, por lo que reciben llamadas de atención por la legalización que se requiere.

Para algunas familias, la falta del dominio del idioma inglés dificulta la comunicación con los turistas, sin embargo muchos de los jóvenes cada vez se encuentran más comprometidos con aprender, otras consideran que de alguna manera la

comunicación va fluyendo y las personas que llegan comprenden la falta del idioma en la comunidad y buscan alternativas para hacerse entender, incluso dependiendo el tiempo de visita los turistas se van aprendiendo además del español el idioma kichwa. Sin embargo es importante reconocer que como aporte cultural de las comunidades es importante reconocer que el idioma nativo es fundamental en la prestación de servicios.

Algunas familias prefieren no trabajar con los gobiernos locales, por que se sienten abandonados en algunos casos y otros piensan que el aporte no es representativo. Las autoridades no están cumpliendo con el rol de apoyar a los proyectos comunitarios en la promoción, capacitación y seguimiento, como lo establece la ley de turismo en el Art. 4, tampoco con el artículo 64 inciso g del COOTAD dice: “...fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados...”

Al tener claro que el turismo les ha generado un cambio positivo y vienen trabajando con algunas experiencias y aportes a la comunidad desde varios años, la comunidad tiene la oportunidad de convertirse en un referente de turismo comunitario sustentable a nivel nacional, manejan varias estrategias, se han vuelto independientes, han visto el beneficio que reciben de acuerdo a los turistas que visitan y dejan iniciando proyectos, cuando vuelven a su país consiguen auspicio, han logrado formar fundaciones con apoyo internacional que ha beneficiado considerablemente. En la actualidad se encuentran con algunos proyectos truncados o perdidos pero tienen la iniciativa de avanzar y buscar cada vez mejores alternativas con lo que son y saben hacer.

Tener gente capacitada con mayores y mejores contactos y alianzas es otra de las oportunidades que está generando la comunidad porque están dispuestos a tener mayor capacitación, a involucrarse con la academia, a enviar a sus hijos a formarse profesionalmente para que se encarguen de la gestión del turismo y de la comunidad, las proyecciones son tener ingenieros agrónomos, médicos, agroforestales, abogados, ingenieros textiles que se queden en la comunidad, que se encarguen de mejorar lo que ya está empezado y no tengan la necesidad de buscar oportunidades laborales afuera.

Con la educación la comunidad ha disminuido la migración, ha aumentado la edad en la que las mujeres contraen matrimonio, que los profesionales tengan trabajo y sobre todo se ha dado un valor a la identidad.

La comunidad tiene la oportunidad de realizar intercambios con otras provincias, otros países, con esto enriquecer su oferta turística, crear redes y convenios con otras organizaciones de turismo comunitario a nivel nacional, logrando un fortalecimiento mutuo con mayor reconocimiento. De esta manera se puede adquirir mayor fuerza organizativa y tener las herramientas necesarias para presionar a las autoridades a cumplimiento de sus competencias en beneficio del desarrollo turístico del territorio.

La comunidad considera que una amenaza se ve en la competencia desleal, además los problemas naturales, como es el caso del terremoto del 2016 ocurrido en la costa ecuatoriana que dio una imagen al mundo de ser un país con riesgo para viajar, disminuyendo las entradas al país en un largo periodo de tiempo. En la actualidad vuelve la amenaza a Ecuador por la violencia e inseguridad que se han proliferado con la llegada de migrantes venezolanos, no solo a Ecuador sino a Sudamérica.

A esto se suman las políticas públicas que no están bien definidas, se convierten en obstáculos para el avance de los proyectos comunitarios, se exige a los emprendimientos documentación y permisos de empresas, que no están en condiciones de obtener, disminuyendo las oportunidades para que estos se fortalezcan. El Ministerio de Trabajo exige que sean técnicos o profesionales las personas quienes dirijan los emprendimientos pero, los costos se elevan y es difícil para la comunidad responder a esas exigencias.

Al disminuir el número y frecuencia de turistas, disminuyen los ingresos económicos y los impuestos se siguen cobrando, bomberos, uso de suelo, 1xmil patente, permiso de funcionamiento, empiezan los desacuerdos entre socios, la amenaza más próxima es la desintegración, como ya ha ocurrido en la comunidad, ahora separados de la asociación algunas familias trabajan, pero los resultados son poco satisfactorios, en este sentido no cabe hablar de sustentabilidad.

Tabla 1. *Matriz FODA.*

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Variedad paisajística • Agro biodiversidad • Cultura Indígena • Convivencia Familiar • Casa albergue • Alimentación autóctona y sana • Variedad de aves • Grupos de música • Producción de artesanías • Cicloturismo • Senderismo • Manejo de medicina ancestral • Vía en buen estado todo el año • Agua de consumo de buena calidad, desde vertiente • Conciencia ambiental • Participación de ferias artesanales y gastronómica • Distribución de oferta turística entre los miembros de la comunidad • Ingresos distribuidos en obras que benefician a toda la comunidad • La Comunidad ayuda con el tema de seguridad, trabajo mingas • Familias están organizadas en el tema de turismo • La empresas turísticas conocen, la comunidad, envían turistas (Latitud Cero, Alma Ecuador) • Estudiantes de Estados Unidos que 	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente manejo de redes sociales • No disponen de promoción y publicidad • Faltan servicios básicos • Separación de la operadora de turismo • Envidia entre las comunidades involucradas en la red • Desacuerdos internos en la organización • Ministerio del Ambiente y Turismo, solicitan legalización por viviendas en Cotacachi, calificación • No personería jurídica • La comunidad es socia de la operadora de turismo Runa Tupari • No hablar el idioma inglés, para la promoción y la guianza • Disminución en un 50% de visitas • problemas naturales, por lo volcanes activos a nivel nacionales • Las autoridades no promocionan los proyectos pequeños

<p>pasan 15 días en la comunidad y ponen presupuesto en las obras de la comunidad y pagan por alojamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo y protección de la diversidad • Reciclaje de residuos • Promoción en redes sociales 	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Estar organizados • Tener gente capacitada, contactos • Intercambios a otras provincias • creación de redes y convenios con otras organizaciones de turismo comunitario a nivel nacional • Mayor reconocimiento • mayor fuerza organizativa para presionar a las autoridades, en el tema 	<ul style="list-style-type: none"> • Problemas naturales de desastres • Políticas públicas, no están bien definidas, no están acordes, atrás el ministerio de trabajo • Demasiada exigencia como a una empresa y mas bien son emprendimientos • Ministerio de Trabajo, que sean técnicos o profesionales y el costo se eleva y es difícil • Generación de diferencias entre los socios por la disminución de turistas • Desintegración de la organización por la no generación de economía y los impuestos se siguen cobrando, bomberos, 1 por ciento, patente, permiso de funcionamiento, uso de suelo

Para determinar las acciones que realiza la comunidad Chilcapamba sobre la actividad turística se presenta el análisis e interpretación de la información recopilada en la entrevista.

La entrevista se aplicó a los líderes de la organización, el presidente del proyecto *Ayllu Kawsay* S1 y a la presidenta del grupo de mujeres de la comunidad S2, quienes trabajan directamente con las iniciativas de turismo e integración de la comunidad. Por su parte el S1 menciona:

“trabajo en la comunidad muchos años como dirigente, también brindo el servicio de hospedaje con mi familia en el proyecto Ayllu Kawsay, conozco todo el proceso y los cambios de la comunidad.”

Los informantes conocen la comunidad, están involucrados directamente como dirigentes y en la prestación de algunos servicios del turismo comunitario de la localidad, por tanto manejan vasta información de la comunidad, así mismo participan en la toma de decisiones y en la socialización de nuevas propuestas para su beneficio.

Dominación en la historia

Las comunidades indígenas en la historia del Ecuador han sido sujetos de discriminación, legado de la colonización y la época colonial. A pesar de las garantías constitucionales estas prácticas aún prevalecen en algunos grupos nacionales y se manifiestan en el ámbito turístico. En este sentido el S2 menciona:

“Con los nacionales se siente todavía la discriminación, a veces piensan que los productos del campo son mas sucios que los de la ciudad y no piensan que son más sanos que los que compran en las ciudades llenos de químicos, también porque somos indígenas, no quieren comer o probar fácilmente, más bien los extranjeros comen sin problema, con ellos cosechamos y preparamos la comida juntos”

Este tipo de pensamiento hacia estas comunidades no ha terminado del todo, sin embargo existen otros grupos, que consideran a las comunidades indígenas como centros de intercambio cultural, que quieren conocer, formar parte, interrelacionarse, se permiten vivir una experiencia de aprendizaje, a la vez que dejan una enseñanza, como un mecanismo de conciencia a la diversidad universal, de esta manera de crean espacios de disfrute y valor colectivo.

Actividad turística en la comunidad

El turismo en Chilcapamaba se basa en la convivencia con familias, la participación en actividades propias de la comunidad y el beneficio colectivo. En este sentido el S2 menciona que:

“Los visitantes cuando llegan a nuestra casa son como un miembro más de la familia, normalmente vienen grupos que se quedan semanas o meses, les gusta cosechar y preparar juntos la comida, mientras les contamos historias de nuestros antepasados y en algunos casos cuando se van envían apoyo para la comunidad mediante fundaciones para continuar con los proyectos que dejan iniciando”

De lo anterior, se puede explicar que el turista extranjero vive una experiencia cultural con la familia, e incluso se siente comprometido en ser parte de un cambio en las necesidades que aquejan a la comunidad, mediante los fondos obtenidos cuando regresan a su país de origen y estos se envía para avanzar con los proyectos empezados. Además el S1 añade:

“Cuando los turistas están aquí, realizan tareas de educación ambiental, otros, enseñan el idioma inglés a los niños, ayudan a limpiar el sendero, siempre están haciendo algo por la comunidad”.

Los visitantes que pasan tiempo en Ayllu Kawsay, se involucran no solo con la familia que los acoge sino también con la comunidad y participan de las diferentes actividades que en esta se realiza, además tienen la iniciativa de generar incentivos de educación ambiental e idioma con la población local, afianzando conocimiento y experiencia.

Dentro del producto turístico del proyecto se considera la alimentación propia del lugar combinando con las exigencias de los visitantes. El S2 manifiesta:

“Nosotros brindamos servicio de alimentación con productos y conocimientos de la comunidad pero cuando algunos quieren algo diferente, con ellos preparamos, así aprendemos también, no nos cerramos en solo lo nuestro, toca saber más así mejoramos el servicio y compartimos”.

De lo anterior, se resalta el aprendizaje, interrelación y enriquecimiento que se da en la comunidad entre visitantes y comuneros, mientras se procura mejorar el servicio, ampliando la gastronomía de la comunidad.

Preferencia de turistas

El turismo comunitario de Chilcapamba está mayoritariamente dirigido al mercado extranjero, como lo especifica el S1:

“Mayor acogida se tiene con los extranjeros, porque ellos específicamente buscan la cultura de los pueblos que visitan, mientras que los nacionales tienen otra tendencia y, en su mayoría no consideran a las comunidades indígenas como un espacio atractivo a sus intereses.

El mercado más importante para la organización es el internacional, consideran que su cultura es atractiva y sobretodo valorada por este segmento, no se cierra la posibilidad de trabajar con turistas nacionales cuando existe el requerimiento, pero dentro de su experiencia es un mercado muy reducido y con otras preferencias de ocio.

Participación Comunitaria

En cuanto a la participación de la comunidad en el proyecto el S1 explica:

“Todos quieren trabajar pero es complicado que todos puedan hacerlo en alojamiento porque no hay suficientes llegadas, pero se involucra en otros temas como agricultura, artesanía, música, danza” además añade:

“Se trata de vincular a todos de manera directa o indirecta, de manera indirecta el agua, que genera beneficio para toda la comunidad, también en la compra de sus productos para servir al turista”

La comunidad participa de los beneficios de la actividad turística especialmente de manera indirecta, con la generación de cadenas de valores, al proveer de productos para brindar el servicio, también de los proyectos que trabajan los turistas durante su estancia, además de las intervenciones que se desarrollan en la localidad con los aportes generados por el turismo, como es el caso del agua de uso para la comunidad. De manera directa dificulta la participación de todos principalmente por la poca frecuencia

de llegadas y también por los inconvenientes que genera la alta participación en la toma de decisiones.

En algunas fiestas tradicionales la comunidad no participa por lo tanto no se involucra a los turistas que visitan la comunidad como lo especifica el S2:

“la fiesta del Inti Raymi era agradecimiento a Pacha Mama y se intercambiaba los productos haciendo mesa comunitaria pero ahora ya no, es como una guerra y no podemos garantizar que los turistas participen porque corren peligro, eso ya no se ve como cultura sino como venganza entre comunidades”

Costumbres como la inauguración de una casa nueva se mantiene en la comunidad, en este tipo de eventos si participan los visitantes, así lo dijo el S2:

“cuando se termina una casa, es de nuestra costumbre llevar alimentos, quintal de papa, cuy o colaboración, al ver esto los extranjeros también quieren dejar aportes a los dueños de las casas nuevas, ellos dejan dinero”

Los turistas entienden y participan de las costumbres de la comunidad con agrado y disposición y obviamente los anfitriones deciden los eventos en los que pueden participar, garantizando su integridad, si consideran que pueden verse afectados por la característica del evento, prefieren no arriesgarse mientras que si no hay riesgos, viven la experiencia de las costumbres locales.

Impactos del Turismo Comunitario

La experiencia es positiva para la comunidad como lo menciona el S2:

“La actividad turística nos ha enseñado a valorar lo que tenemos, lo que podemos hacer, por lo tanto es una motivación para seguir trabajando”.

El turismo comunitario ha afianzado la identidad y el valor cultural de las comunidades indígenas, esto les permite reconocer que su singularidad es plausible y un mecanismo para generar ingresos económicos complementarios, en los que pueden participar todos los miembros de la familia.

Por su parte el S1 aporta:

“como familia es un impacto positivo porque se ha podido conseguir el proyecto del agua, reforestación, para otros países la naturaleza está mejor valorada y eso se enseña a la comunidad”.

A más de ser un aporte en el ámbito cultural, el turismo en la comunidad ha reflejado un valor de la naturaleza, es entendido que el atractivo de su proyecto está relacionado también con la riqueza natural, por tanto incentiva al manejo adecuado de los recursos naturales e impulsa mecanismos de recuperación de especies como es el caso de la reforestación y educación ambiental que se socializa con los comuneros, también con esta forma de hacer turismo se han conseguido proyectos como el del agua que beneficia a todos en Chilcapamba.

Además de los impactos positivos se consideran algunos negativos como lo expone el S2:

“causa envidia a algunas personas de la comunidad porque no lo ven como un beneficio directo, en donde toda la comunidad tenga intervención con los visitantes”

Para algunos comuneros que no se encuentran trabajando directamente con turistas o no son parte de la organización, el turismo ha generado malestar, porque se sienten excluidos de la participación comunitaria directa, como menciona la informante, ha sido pretexto de desacuerdos e interpretaciones negativas incluso con las comunidades vecinas. En este sentido especifica el S2 *“se han generado conflictos entre las comunidades que trabajan con turismo comunitario y también tenemos problemas con algunas personas de la comunidad que no brindan servicios y no son parte de la organización”* por tanto, los desacuerdos y malos entendidos han roto relaciones entre las comunidades que brindaban el servicio, en la actualidad se encuentran trabajando de manera independiente y reconoce también el S2:

“Empezamos a trabajar entre cuatro comunidades, Chilcapamba, Morales Chupa, Morochos, trabajábamos con una operadora de turismo de Otavalo pero por problemas entre las comunidades nos quedamos sin agencia, nos botaron, también este proyecto se paralizó en el gobierno de Rafael Correa, porque asociaciones ilegales no podían trabajar y fuimos perdiendo contactos”

Los problemas de organización interna y las políticas de gobierno han desestabilizado el proyecto comunitario. Sin embargo, en la actualidad la comunidad persiste en el deseo de avanzar y encontrar nuevos mecanismos para estabilizarse.

Por su parte el S1 menciona:

“este año estamos paralizados, han disminuido los turistas, pero no pensamos dejar el turismo comunitario, nuestro hijo estudia Turismo en la universidad y queremos seguir trabajando”

Pese a las dificultades especialmente económicas que refleja el proyecto, está claro que seguirá avanzando, se está preparando y proyectando al nuevo ejecutor de turismo en la comunidad, con miras a cumplir los objetivos de la organización, y lograr posicionarse en la provincia como un modelo de turismo comunitario viable.

En el ámbito ambiental se consideran la educación ambiental y la reforestación, como lo menciona el S2:

“se trabaja educación ambiental en temas referentes a la basura, concienciación en la no utilización de fungicidas y aprovechar lo orgánico, se crea valor en la naturaleza, valor cultural y valor gastronómico y la agricultura se han visto beneficiados por la actividad turística, temas ancestrales recuperados en productos agrícola como la quinua”.

A esto añade el S2:

“mantenemos en el campo la tierra que sea orgánica con plantas verdes, dejamos descansar el terreno para que se abone, se saca abono con animales menores y no fumigamos nada”.

De lo anterior, se observa que la protección y cuidado ambientales, se manejan conscientemente, están convencidos de la importancia de cuidar los recursos, manejo adecuado de desechos y de recuperar la agricultura tradicional orgánica son importantes. Los productos de la agricultura orgánica los ponen a disposición en su oferta turística, como un valor agregado para sus clientes. Además el S1 explica: *“se maneja un espacio reforestado con árboles nativos y contamos 17 variedades de especies de aves que han venido por la reforestación”.*

El trabajo ambiental de la comunidad es desarrollado conjuntamente con los turistas. Son actividades en las que se involucra a la gente que se queda en Chilcapamaba varios días, especialmente los que residen por voluntariado.

Actividades económicas de la comunidad

La economía familiar, se basa en la agricultura, seguida de la elaboración de artesanías y el cuidado y crianza de animales menores, como explica el S2

“nosotros nos dedicamos principalmente a la agricultura, tenemos terrenos donde cultivamos maíz, fréjol, lechuga, para nuestra alimentación, algunos sembramos frutilla que se vende en el mercado, también hacemos artesanías para esto tenemos una feria aquí en Chilcapamba y se entrega también a los intermediarios para la plaza de los ponchos y también criamos animales menores”

De lo anterior, se entiende que las familias en la comunidad mantienen una producción de subsistencia y venta por medio de intermediarios de los recursos económicos que manejan, sin embargo han estado buscando mediante el turismo alternativas que les permita ampliar sus oportunidades como es la feria artesanal y gastronómica en Chilcapamba como un mecanismo para impulsar la comercialización directamente con los turistas. El turismo es un ingreso económico complementario a su economía, pero se ha convertido en un motor para generar cambios en la comunidad.

Comercialización de los servicios turísticos

La organización mantiene contacto con la universidad de Canadá, por lo tanto trabaja con estudiantes que participan en las actividades de la comunidad, como creación de nuevos senderos, mingas, en el campo, reforestación, a la vez comparten sus experiencias con los miembros de la comunidad en temas de educación ambiental, incentivando a los niños a crear una cultura de conservación del ambiente y no botar basura mediante las experiencias de los visitantes sobre el tema en su país de origen. Sin embargo, menciona el S1:

“desde el año 2016 ha bajando la afluencia de turistas, por el volcán y el terremoto, desde ese año a la actualidad la llegada de turistas es menos frecuente, incluso los estudiantes están participando en proyectos en otras regiones del país, específicamente Galápagos”.

Por otro lado, Ayllu Kawsay es miembro del proyecto de Turismo Comunitario Runa Tupari, y la oferta de su producto turístico se realizaba a través de esta operadora, quien proveía de turistas a la comunidad, sin embargo, en la actualidad la organización trabaja de manera independiente.

Además la organización mantiene relaciones con operadoras de turismo de Quito, sin embargo se han dado algunos cambios en las preferencias de las operadoras y la organización no está considerada en la visita a Imbabura, como resultado de los paquetes ofertados por las operadoras que consideran cargados los sitios de visita relacionados con el tiempo de estadía del turista.

La venta del turismo comunitario está debilitada en la organización el S2 menciona:

“el trabajo de turismo comunitario ha tenido ciertas complicaciones con los operadores” mientras que el S1 añade: *“hay desconocimiento de las agencias en vender el producto que ofrece Ayllu Kawsay, los turistas llegan preguntando por la organización, porque alguien les recomendó”*

Los problemas de comercialización tienen diferentes motivos, por un lado, los desacuerdos con la operadora de turismo de la que son socios, afectaron considerablemente la frecuencia de turistas, debido a que se encargaba de proveer clientes a las comunidades socias, ahora mismo se encuentran trabajando de forma independiente con ciertas limitaciones, a esto se añaden lo reducidos convenios con las agencias de viajes existentes, además no se invierte en promoción y publicidad, este apartado se ha mantenido por el apoyo de los voluntarios y de aquellos que brindan referencias de boca a boca sobre el lugar, como se observa en la declaración del S2:

“No se invierte en promoción y publicidad, había una página en internet creada y manejada por uno de los voluntarios, con eso se tenía ventas, pero el señor desapareció y con eso también la página”.

El informante reconoce que cuando la página web funcionaba se contactaban y se vendía el servicio, pero después que no tuvieron contactos con quien lo manejaba y dejó de funcionar desconocen las razones del cierre y como era manejada desde fuera del país esos contactos desaparecieron, el S1 reconoce: *“los últimos años han disminuido los turistas , llegan esporádicamente uno o dos grupos al año”*. En la actualidad trabajan en redes sociales, un fan page en Facebook, ahí se expone información sobre turismo a nivel nacional, los servicios de la organización, como llegar y también fotografías de los grupos y las actividades que realizan. Este manejo está a cargo del joven universitario que es parte de una familia que brinda servicio de hospedaje. De esto se puede mencionar que la gestión comercial y publicitaria es una fuerte debilidad, como organización se está dejando en la voluntad de quienes los visitan este trabajo que le corresponde exclusivamente a los dueños del proyecto y se debe enmarcar dentro de la planificación del negocio, para medir cumplimiento de objetivos.

Vinculación con el sector público

Los gestores del proyecto comunitario de Chilcapamba no mantienen un adecuado acercamiento con el sector público, lo consideran poco importante debido al deficiente aporte que realizan en la comunidad, como lo especifica el S1:

“trabajamos independientes, lo que hemos logrado es de nuestro esfuerzo, incluso para el agua hemos trabajado como comunidad y con ayuda de los turistas. En la promoción del cantón se incluye nuestra organización pero no ayuda mucho”

Fácilmente se puede observar que el sector público no interviene significativamente en el desarrollo y avance del proyecto comunitario, si bien se encuentran incluidos en la promoción turística del cantón, no es suficiente para garantizar un reconocimiento, captar nuevas visitas o mejorar los servicios, las acciones aisladas de la organización debilitan sus esfuerzos, pero es claro que la política pública aún no reconoce al turismo como una de las prioridades de desarrollo nacional, sin embargo, una mejor coordinación entre los organismos públicos y la gestión privada pueden alcanzar un mayor rendimiento.

En este sentido, la agencia española (2010) en el Plan de acción para la promoción del turismo sostenible, en el apartado planteado por el Consejo Centroamericano de Turismo (2003) establece que sobre las instituciones nacionales de turismo recae la responsabilidad de formular la política nacional de turismo, además debe planificar las estrategias de promoción de inversiones, también elaborar las estadísticas sobre el sector, encargarse de la formación y capacitación, considera además que se debe brindar apoyo en la comercialización y desarrollo de las pequeñas empresas, contribuir al desarrollo social y económico de las poblaciones reforzando las capacidades en el acceso de canales de comercialización y promoción de su oferta, permitiendo asegurar su viabilidad. (p.23)

Plan de Manejo Turístico

La organización no tiene un Plan de Manejo Turístico, que direcciona los procesos hacia el cumplimiento de objetivos y metas, disponen de un plan de desarrollo de turismo comunitario que es resultado de una investigación de tesis pero no disponen de un documento de planificación. En el ámbito administrativo cuentan con un registro de visitantes con el que posteriormente se realiza la distribución de pagos a los prestadores de servicios y a la comunidad, como le especifica el S1:

“plan de manejo no tenemos lo que tenemos es un registro de llegadas de turistas y plan operativo anual tampoco, porque nosotros no tenemos junta parroquial, la comunidad pertenece directamente al Municipio de Cotacachi, aquí tenemos un cabildo, con ellos se organiza para hacer algunos proyectos en la comunidad”

Una organización sin planificación no tiene un derrotero claro y se acomoda a las circunstancias, se siguen implementando alternativas para tratar de continuar con el proyecto pero son actividades aisladas que fortalecen algunos espacios pero descuidan otros importantes, por lo tanto, la organización de turismo comunitario en Chilcapamba debe definir la dirección de su negocio de manera integral.

Para el análisis e interpretación de los datos cualitativos se consideraron tres categorías atendiendo a las dimensiones de la sostenibilidad; social, ambiental y económica. En cada categoría se plantean las subcategorías que se especifican con

definiciones resultado de la información emitida por los entrevistados y vinculados directamente con las dimensiones seleccionadas de antemano como se muestra en las tablas siguientes:

A continuación se presenta el detalle de la información distribuida en categorías, subcategorías.

Tabla 2. *Categorías y subcategorías*

Categorías	Subcategorías
Social	-Dominación en la historia
	- Actividad turística en la comunidad
	- Preferencia de turistas
	- Organización social comunitaria
	- Influencia positiva del turismo
	- Influencia negativa del turismo
Ambiental	- Educación ambiental
	-Reforestación
	-Energías alternativas
Económico	-Actividades económicas de la comunidad
	-Comercialización de artesanías
	-Comercialización de los servicios turísticos
	-Promoción y publicidad
	-Frecuencia de visitas
	-Convenio con otras operadoras
	-Sector público
	-Plan de Manejo
	-Plan Operativo Anual
	-Recuperación de inversión
	-Generación de ingresos

A continuación se presentan las subcategorías y las definiciones en el ámbito social, ambiental y económico:

Tabla 3. *Subcategorías y definiciones*

Subcategorías	Definiciones
	Social
Dominación en la historia	<p>-Las comunidades indígenas en nuestro país han sido objeto de racismo por mucho tiempo, sin embargo se está tratando de que esto no afecte al avance de los proyectos de turismo, ni en el desarrollo de la comunidad, ha disminuido considerablemente pero no en su totalidad.</p> <p>-Son los grupos mestizos del país los que aun no superan totalmente esta situación, los extranjeros por su parte lo valoran y buscan realmente conocer sobre nuestras costumbres</p>
Actividad turística en la comunidad	<p>-El turismo en la comunidad esta dirigido a la convivencia con los visitantes como un miembro más de la familia, normalmente vienen grupos que se quedan semanas o meses.</p> <p>-Durante su estadía hacen las tareas diarias de la familia y en algunos casos cuando se van envían apoyo para la comunidad mediante fundaciones para continuar con los proyectos que dejan iniciando</p>
Preferencia de turistas	<p>-Mayor acogida se tiene con los extranjeros, porque ellos específicamente buscan las cultura de los pueblos que visitan, mientras que los nacionales tienen otra tendencia y, en su mayoría no consideran a las comunidades indígenas como un espacio atractivo a sus intereses.</p>
Organización social comunitaria	<p>-Se trata de vincular a todos de manera directa o indirecta, de manera indirecta el agua, que genera beneficio para toda la comunidad, también en la compra de sus productos para servir al turista.</p> <p>-Todos quieren trabajar pero es complicado que todos puedan trabajar en alojamiento porque no hay suficientes llegadas, pero se involucra en otros temas como agricultura, artesanía, música, danza.</p>
Influencia positiva del turismo	<p>-El turista apoya con trabajo, se suman a las mingas y en las actividades de la comunidad.</p> <p>-La actividad turística ha enseñado a valorar lo que tienen, lo que pueden hacer, por lo tanto es una motivación para seguir trabajando.</p> <p>- Como familia es un impacto positivo porque se ha podido conseguir el proyecto del agua, reforestación, para otros países la naturaleza está mejor valorada y eso se enseña a</p>

la comunidad.

Influencia negativa del turismo	<p>-En algunos casos los turistas se llevan información sobre plantas medicinales especialmente y patentan.</p> <p>-Causa envidia a algunas personas de la comunidad porque no lo ven como un beneficio directo, en donde toda la comunidad tenga intervención con los visitantes.</p> <p>-Ha generado conflictos entre los miembros de la Red de Turismo Comunitario</p>
---------------------------------	---

Ambiental	
Educación ambiental	-Se trabaja educación ambiental en temas referentes a la basura, concienciación en la no utilización de fungicidas y aprovechar lo orgánico, se crea valor en la naturaleza, valor cultural y valor gastronómico y la agricultura se han visto beneficiados por la actividad turística, temas ancestrales recuperados en productos agrícola como la quinua.
Reforestación	-Se maneja un espacio reforestado con árboles nativos.
Económica	
Actividades económicas de la comunidad	<p>-La primera actividad económica de la comunidad es la agricultura, segunda artesanías y tercera cuidado de los animales menores.</p> <p>-Complementario a las tres actividades económicas principales está el turismo comunitario, como una alternativa que representa</p>
Comercialización de artesanías	<p>-La artesanía mayormente se produce y se entrega a intermediarios para que se venda en la Plaza de los Ponchos.</p> <p>-Como alternativa en Chilcapamba se ha creado una feria los días viernes, feria artesanal y gastronómica de esta manera se pretende impulsar oportunidades de comercializar directamente con los turistas.</p>
Comercialización de los servicios turísticos	<p>-El trabajo de turismo comunitario ha tenido ciertas complicaciones con los operadores.</p> <p>-Hay desconocimiento de las agencias en vender el producto que ofrece Ayllu Kawsay</p>
Promoción y publicidad	<p>-Los turistas llegan preguntando por la organización, porque alguien les recomendó</p> <p>-No se invierte en promoción y publicidad, había una página en internet creada y manejada por uno de los</p>

voluntarios, con eso se tenía ventas, pero el señor desapareció y con eso también la página.

-Actualmente llegan grupos por recomendación de gente que ha visitado a Ayllu Kawsay.

-Se maneja un fan page en Facebook, ahí se pone información sobre turismo, de la organización, como llegar y también fotografías de los grupos y las actividades que realizan, lo hace un miembro de la organización.

-Hace falta promoción para las comunidades.

-Está planificado avanzar en promoción para que en la comunidad se mueva la actividad económica.

Frecuencia de visitas -Los últimos años ha disminuido, llegan esporádicamente uno o dos grupos al año.

Convenio con otras operadoras -Se trabajaba con la Operadora de Turismo Runa Tupari, en la actualidad, el trabajo es independiente

Sector Público -Las operadoras también requieren ser únicos y eso se respeta y se aplica, por lo tanto no se ofrece a la operadoras
- No hay vinculación con el sector público, están integrados dentro de la promoción del cantón, sin embargo no lo consideran un aporte importante.

Plan de manejo -La organización no tiene un plan de manejo, el plan administrativo esta enfocado a temas de llegadas de turistas.

Plan Operativo Anual -No tienen Plan Operativo Anual porque no tienen Junta parroquial, pertenecen directamente al municipio de Cotacachi. En este plan si se considera de manera general temas de Turismo Comunitario.

Recuperación de inversión -Si se ha ido recuperando la inversión pero no en su totalidad, sin embargo la construcción de la casa es para la familia y se convierte en patrimonio.

Generación de ingresos -El ingreso económico actualmente es bajo, pero ha hecho aportes significativos en el tema del agua, que beneficia a la comunidad, con los pocos que han llegado estos años.

-Mientras haya visitas se podría realizar más actividades para la comunidad, al ser punto de paso a Cuicocha se utiliza la carretera asfaltada y no genera beneficios para la comunidad.

La comunidad Chilcapamba dispone de atractivos turísticos naturales que son claves para el desarrollo de la comunidad y que complementan la oferta de servicios que se disponen para el visitante. A continuación se enlistan los siguientes:



Gráfico 1. Bosque Protector de las vertientes; comunidad Chilcapamba, 2019.

A un kilómetro y medio de la comunidad se encuentra el Bosque Protector de las vertientes, un espacio reforestado hace 15 años con árboles de acacia, laurel, aliso, pumamaqui, árboles del sector que contribuyen a la conservación de las vertientes de agua que alimentan a la comunidad. Este proyecto de reforestación se trabajó con el apoyo de estudiantes en el año 2004, cuya participación activa se basaba en la siembra. En la actualidad en el bosque se han registrado 17 especies de aves, que antes no existían en el sector, pero que atraídos por el alimento son parte de la diversidad de fauna que alberga el Bosque Protector.

El espacio de reforestación que ahora es de la comunidad, pertenecía a la hacienda Rumi Chupa y era reclamada también por la parroquia de Quiroga, sin embargo el trabajo de los líderes de la comunidad y la unión de la misma en el proceso han permitido, que el manejo y el beneficio quede en la comunidad Chilcapamba, quien se encarga del cuidado y mantenimiento.

El bosque dispone de un sendero, que se mantiene limpio, este cuidado lo recibe de la comunidad y la participación voluntaria de los turistas, quienes ven en estas actividades la oportunidad de involucrarse con las familias que visitan, vivir la experiencia de participar en lo cotidiano, en la forma de vida de la comunidad.



Gráfico 2. Cascada Seca; comunidad Chilcapamba, 2019.

Un atractivo natural poco convencional pero muy interesante se puede observar en la Cascada Seca o Cascada Yanayacu, una pared de piedra tallada por el agua que recorre desde la parte alta en cierta época del año cuando las lluvias son abundantes, pero cuando las lluvias escasean y se prolonga el verano, el agua desaparece, se seca, dejando únicamente un rastro en la caída. Sin embargo en la parte baja de la cascada, el agua se abre paso a través de las rocas de la pared de piedra formando la Vertiente Yanayacu, misma que a medida que recorre va aumentando su caudal.



Gráfico 3. Vertiente Yanayacu; Comunidad Chilcapamba, 2019.

Esta vertiente se forma del agua subterránea, a medida que avanza el recorrido aumenta su caudal. Mantener la vertiente ha sido posible gracias a la reforestación del

sector con árboles propios de la zona que brindan este beneficio, de esta manera el agua no se seca en verano y es utilizada como sistema de riego.

El agua de la vertiente es conducida por un canal de riego que distribuye el agua a los terrenos de la comunidad para la agricultura. También es considerada como un sitio sagrado, porque en esta vertiente se realizan los baños de purificación en la fiesta del Sol, para dar inicio a un nuevo ciclo. De acuerdo a la cosmovisión andina, este baño es un ritual que se realiza a media noche, y le permite a cada participante recargarse de energía del agua, de la naturaleza para recibir el año andino.

Junto a la vertiente que se encuentra dentro del Bosque Protector, en varias ocasiones se ha utilizado el espacio para colocar carpas, prender algunas fogatas y disfrutar del escenario mágico que ofrece el entorno natural.



Gráfico 4. Vertiente de agua mineral "güitig"; comunidad Chilcapamba, 2019.

La vertiente de agua mineral de la comunidad nace del interior de la tierra y es utilizada para el consumo, actualmente se encuentra protegida por un tanque de reservorio y varias cajas de válvula colocadas cada 100 metros, en el recorrido hasta llegar a los hogares.

El agua no recibe ningún tratamiento, llega a los hogares a través de tuberías y se consume en estado puro. Se han realizado varios análisis del agua, los resultando según comenta el ex presidente de junta aguas, demuestran ser apta para el consumo humano, sin embargo, esta agua mineral tiene una particularidad; toma un color verde al estar estancada por algún tiempo.

La oferta turística de la comunidad Chilcapamba está dirigida principalmente a la convivencia familiar, en donde acogen a los visitantes como un miembro más de la familia y estos participan de las actividades cotidianas de la familia que visitan. Dentro de la comunidad se reconocen tres albergues que brindan los siguientes servicios:



Gráfico 5. Convivencia familiar, Comunidad Chilcapamba, 2019.

En la convivencia los visitantes participan activamente de las actividades diarias de las familias, levantarse temprano, alimentar los animales, preparar los alimentos, trabajar la tierra, cosechar, intercambiar anécdotas, salir a comprar en el mercado o la ciudad, acudir a las mingas, jugar en las canchas y otras actividades propias de las familias.

Mientras se da la convivencia tanto los anfitriones como los visitantes intercambian costumbres y cultura, aprenden el idioma, preparan nuevas recetas, aprenden artesanía, en sí, se da un aprendizaje y enriquecimiento recíprocos, creando sentimientos de simpatía que enriquecen la experiencia.



Gráfico 6. Alojamiento en albergues; comunidad Chilcapamba, 2019.

La comunidad cuenta con tres albergues que brindan alojamiento, con capacidad para 35 personas en total. Al momento dos están activos y funcionando; *Kuri Wasy* y *Ayllu Kawsay* de las familias Morales Morales.

Las habitaciones son térmicas por su construcción con ladrillo, tienen baño privado, agua caliente, dos camas por habitación, decorada con materiales de la zona.



Gráfico 7. Alimentación autóctona; comunidad Chilcapamba, 2019.

Los alimentos se sirven en familia, abrigados por el calor de la tupa, es un momento de compartir lo del día, las historias, anécdotas, idioma. Los productos utilizados para la gastronomía son orgánicos, se compran en la feria que tiene la comunidad los días viernes y otros son cultivados por los anfitriones en sus parcelas.

En la preparación de los alimentos participan la familia y los turistas, normalmente se ofrece lo propio de la familia, pero hay ocasiones en los que los turistas piden un plato más acercado a sus preferencias o preparar ellos un plato típico de su lugar de residencia.



Gráfico 8. Senderismo; comunidad Chilcapamba, 2019.

Caminos que recorren las comunidades, la laguna Cuicocha del Parque Cotacachi Cayapas mostrando la riqueza natural y cultural de la zona, son parte de la oferta turística, un recorrido alrededor de la misma observando a más de la laguna la biodiversidad del ecosistema páramo. En estos senderos se realizan caminatas y también ciclismo.



Gráfico 9. Feria artesanal y agro productiva; comunidad Chilcapamba, 2019.

La feria es un espacio creado en la comunidad para dinamizar el comercio entre productores y turistas especialmente, con enfoque a disminuir la entrega de productos a los intermediarios. La feria se realiza los días viernes a partir de la 17:00 horas, hasta la 20:00 aproximadamente.

En la feria se exponen artesanías, productos agrícolas del sector, shampoo y cremas naturales, se preparan además platos gastronómicos. Es un espacio tanto para visitantes como para los lugareños, donde pueden abastecerse de productos, recrearse, distraerse descansar antes del fin de semana.

CAPÍTULO V

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Estrategias sostenibles de turismo comunitario para el proyecto *Ayllu Kawsay* en la Comunidad Chilcapamba considerando los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenibles impulsados por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, son medidas de convenio universal para combatir la pobreza, impulsar la equidad de género, proteger al planeta y garantizar que las personas gocen de paz y prosperidad. (PNUD, 2015). En este sentido como parte de las alternativas para cumplir con los objetivos mencionados se considera al Turismo Comunitario, como un mecanismo que se inserta en este propósito porque permite a los miembros de una comunidad participar de una actividad económica complementaria, comprometida con el bienestar social y ambiental.

Por lo tanto, el presente documento es una propuesta de desarrollo sostenible que establece algunas estrategias para equilibrar los ejes de la sustentabilidad en el proyecto comunitario estudiado, para esto se describen sistemáticamente las categorías consideradas en cada una de las dimensiones de la sustentabilidad enfocadas a disminuir la problemática identificada en la investigación.

Dimensión Social

Riqueza cultural

Los sectores rurales han sido sujetos de discriminación, falta de servicios básicos y condiciones de vida cuestionables, disponen de menor desarrollo, económico y social con una notoria desigualdad de oportunidades. Sin embargo, estos sectores mantienen costumbres, cultura e identidad, que constituyen una oportunidad para el desarrollo del turismo, que a la vez se convierte en una estrategia para combatir la pobreza, por lo tanto, la primera categoría de la dimensión social es reconocer la riqueza cultural de un

pueblo como elemento clave y principal producto turístico, considerando que la cultura en la actualidad es analizada como un mecanismo efectivo que establece las pautas de soluciones económicas para remediar desigualdades sociales, relacionando al desarrollo con la equidad y metas colectivas.

Artes, tradiciones, culturas populares, festividades, ritos, costumbres, riqueza gastronómica, disfrute de la naturaleza, constituyen un acervo de las comunidades. Ese patrimonio, que es un todo, es el que idealmente se pone como destino aquel permite experimentar un encuentro con lo desconocido, con lo diverso, con lo que, consciente o inconscientemente, le aporte un valor de carácter espiritual.

Además, la cultura manejada adecuadamente puede convertirse en contribución económica para regiones y países aportando considerablemente al PIB, además de fundar un orgullo legítimo de identidad y pertenencia a una cultura, mejorando incluso la autoestima de estos pueblos que han sido objeto de discriminación.

Bienestar colectivo

La segunda categoría corresponde al bienestar colectivo generado por la actividad turística. La implementación de alternativas de turismo en las comunidades rurales permite que los grupos sociales participantes recuperen, conserven y transmitan el legado histórico de su sociedad a las nuevas generaciones, fortaleciendo una identidad respetada y valorada, mientras se generan oportunidades de bienestar, salud, educación, igualdad, inclusión y calidad de vida digna.

En el ámbito educativo, se debe ampliar cada vez el número de niños, niñas y jóvenes que asisten a un establecimiento educativo, con la meta de disminuir los problemas de analfabetismo y de formar profesionales comprometidos con el desarrollo local, de manera que el proyecto sea un generador de formación académica y puestos de trabajo, de esta manera los nuevos profesionales no necesitan abandonar su tierra en busca de oportunidades laborales y se conviertan en los nuevos elementos idóneos para los cambios requeridos por la comunidad.

Además, es importante capacitar a los miembros del proyecto en áreas específicas tanto para la prestación de servicios (manipulación de alimentos, atención al cliente, gastronomía...) como para la gestión eficiente de un negocio (planificación estratégica, liderazgo, gestión, promoción, entre otros). De la gestión depende la permanencia de un proyecto en el tiempo, porque en este se establecen las bases de un negocio sostenible.

El proyecto debe garantizar la equidad de género, revolucionar los actos de violencia y discriminación contra las mujeres, lograr la paridad en la toma de decisiones dentro de las estrategias de desarrollo del turismo comunitario, que sea un generador de cambios positivos de relaciones sociales en el hogar y la comunidad. De igual manera esta actividad turística es un mecanismo de inclusión de personas en edades avanzadas en la construcción de la identidad cultural de la organización.

Políticas públicas

La tercera categoría es la inserción del turismo comunitario en las políticas públicas dentro de los planes estratégicos de desarrollo municipal. Maldonado (2007) explica que las políticas públicas deben incentivar los proyectos productivos por lo tanto, es responsabilidad de los gobiernos locales instaurar un entorno favorable a los pequeños negocios, estimulando redes de integración, dotando de servicios básicos y eliminando las barreras administrativas y legales que frenan el desarrollo de las nuevas iniciativas.

Las iniciativas productivas no alcanzan un desarrollo óptimo si se ejecutan de manera independiente y aislada, por eso la cooperación de organismos públicos, privados academia, ONGs tienen un papel relevante en el desarrollo de políticas que integren estos procesos productivos en los planes de desarrollo local, regional, nacional e incluso internacional. Estas políticas deben generar el ambiente apropiado para el desarrollo de las actividades comunitarias de manera que direccionen los objetivos, mediante la promulgación de leyes y normas que regulen e incentiven el ejercicio del turismo comunitario.

Según la carta de turismo sostenible (1995) “La planificación integrada del turismo debe ser elaborada por gobiernos y autoridades competentes con la participación de

ONGs y comunidades locales”, permitiendo que las personas con los mejores conocimientos en temas de turismo apoyen los lineamientos y den identidad a los destinos dentro direccionados a los objetivos de la sustentabilidad.

Servicios Públicos

La tercera categoría le corresponde a los servicios públicos otorgados por el Estado, para garantizar la gestión eficiente de la actividad turística las autoridades deben proveer servicios públicos que contribuyan a incrementar la calidad y la competitividad de los servicios turísticos, garantizar la seguridad ciudadana, la salubridad pública y la dotación de infraestructura, estimular la expansión del turismo comunitario mediante incentivos tributarios, apoyar la promoción y difusión de los emprendimientos turísticos, empoderamiento del asesoramiento y capacitación técnica, evaluar periódicamente los impactos del turismo a nivel local y regional para corregir los efectos negativos y potenciar los positivos.

Las comunidades rurales y sobretodo aquellas en donde se trabaja con turismo deben disponer de vías de acceso en buen estado, transporte público, servicio de comunicación, posibilidad de asistencia médica en caso de emergencias, agua potable, cajeros automáticos. Es de responsabilidad del Estado implementar los servicios en las comunidades, sin embargo el requerimiento y la gestión recae sobre los líderes de la comunidad o las organizaciones que ofertan la actividad turística.

Trabajo interdisciplinario

El cuarta categoría es un trabajo interdisciplinario. El turismo como una opción para mejorar la vida de las comunidades debe considerar la intervención de los miembros de la comunidad, las autoridades y organismos públicos y privados enfocados al cumplimiento de objetivos comunes, solo de esta manera se puede hablar de un desarrollo integral para las iniciativas de proyectos comunitarios, está comprobado que las organizaciones comunitarias de manera independiente no alcanzan al cumplimiento de sostenibilidad.

Según la Carta de Turismo Sostenible de Lanzarote (1995), en uno de sus principios básicos establece que “el turismo debe reconocer los factores locales y apoyar su identidad, cultura e intereses” (p. 9). Por tanto debe existir un protagonismo de la comunidad en el desarrollo de los proyectos turísticos, la comunidad es responsable de conocer su realidad y sus proyecciones en el tiempo, a corto, mediano y largo plazo para aplicar los proyectos que den cumplimiento a esa visión, en coordinación con los diferentes actores, academia, instituciones públicas, privadas, organismos no gubernamentales y otros. La academia está muy unida a los proyectos que se realizan en las comunidades y trabajan bajo un beneficio recíproco, por un lado las comunidades presentan los escenarios óptimos para hacer investigación y, a cambio reciben de la academia la información recopilada y propuestas de desarrollo y mejoras para sus proyectos.

Profesionales locales

La formación de profesionales locales es una estrategia de apalancamiento de la comunidad, al tener gente que conoce las necesidades y se prepara para trabajar en ellas, disminuye la dependencia de personal foráneo. En muchos casos la debilidad de las comunidades está en no tener profesionales de la misma comunidad que se encarguen y se apersonen de los proyectos encaminados al desarrollo, son problemas sociales que aún se mantiene en nuestro país, por lo tanto, esta realidad debe cambiar y ser los mismos miembros de la comunidad quienes se preparen profesionalmente en función de las necesidades de su comunidad. Es importante que los profesionales se preparen para solucionar los problemas de la realidad cambiante, en el caso del turismo proponer alternativas de desarrollo sostenible, sujetas a los cambios acelerados que vive la sociedad y el ambiente.

Igualdad de oportunidades

La quinta categoría se centra el turismo comunitario como un mecanismo para generar igualdad de oportunidades, misma que según la CEPAL (2016) se refiere a la igualdad en el ejercicio de derechos, en el desarrollo de capacidades, igualdad de género, étnica, racial y otros. La igualdad de derechos es el eje primordial de cualquier proyecto o programa de desarrollo porque permite la inclusión efectiva en la dinámica

de este proceso, dejando de lado la exclusión y la inequidad en la distribución del poder de decisión y económico, al no considerarse la igualdad es imposible hablar de un desarrollo sostenible. Por tanto, la igualdad de oportunidades está directamente relacionada con el ideal de justicia. Es un principio basado en que una sociedad justa puede lograrse si las personas tienen las mismas posibilidades de acceder a los niveles de bienestar social y sus derechos no son inferiores a los de los otros grupos. Para esto se establecen mecanismos que prohíben la discriminación por motivos de raza, género, edad, religión y otros.

Dimensión económica

Turismo y economía

La primera categoría en la dimensión económica es entender al turismo comunitario como una actividad económica. Todo proyecto productivo está estrechamente relacionado con la generación de beneficios económicos; para el caso de la organización de turismo comunitario de Chilcapamaba se considera está una actividad que genera ingresos económicos complementarios a los tradicionales (agricultura, artesanía, cuidado de animales). Sin embargo como parte de una estructura organizativa, sigue teniendo el enfoque económico respectivo.

El turismo comunitario como actividad económica en países como el Ecuador es considerada una estrategia para disminuir desigualdades de oportunidades y económicas especialmente en los sectores rurales, que son el resultado de la etnografía impuesta por la colonia europea desde siglos atrás, por lo tanto aún es considerada una actividad complementaria y de reducida autogestión.

Por lo tanto, es importante entender el valor del turismo comunitario como generador de oportunidades y trabajar como una empresa o un negocio planificado, con objetivos y metas de cumplimiento a corto, mediano y largo plazos, que incluya también los procesos, los recursos y el talento humano necesarios para cumplirlas, es decir la organización comunitaria debe implementar en su gestión la planificación estratégica.

Esta rama del turismo manejada con bases en la planificación puede convertirse en un pilar económico fuerte no solo para la comunidad sino también para una región y un aporte importante al PIB de un país.

Si bien en el turismo comunitario se alberga a los turistas en viviendas y albergues familiares, es importante que estos sitios cuenten con lo necesario para garantizar una estancia placentera, como habitaciones limpias y con opciones de privadas, dobles o múltiples, servicio de baños independientes, duchas con agua caliente, habitaciones con muebles para guardar lo que se lleva en la maleta de viaje, variedad gastronómica por las diferentes preferencias. Muchas veces se cae en el error de creer que como el turista quiere convivir con una familia tiene que adaptarse a ciertas incomodidades.

Cadena de valores

La segunda categoría de la dimensión económica es la generación de una cadena de valor como herramienta de desarrollo sostenible y que se relaciona específicamente con el turismo. Cuando se habla de turismo comunitario las actividades específicas se distribuyen a los diferentes miembros de la comunidad de manera directa e indirecta, como es el caso de Ayllu Kawsay, los actores directos brindan servicios (alojamiento, alimentación, artesanía, música, entretenimiento) pero los actores indirectos se encargan de proveer los recursos necesarios para brindar esos servicios.

Es importante manejar una planificación de actividades a realizar con los visitantes en beneficio de la comunidad considerando el tiempo de estadía, porque este tipo de turismo permite brindar el servicio de voluntariado, por lo tanto los visitantes aportan significativamente a la comunidad con actividades sociales, como enseñanza del inglés, participación en las actividades de agricultura, acompañamiento en las mingas, construcción de caminos y senderos, reforestación de espacios, y dependiendo de las necesidades de la comunidad también se comprometen a conseguir fondos del extranjero.

Publicidad y promoción

La tercera categoría le corresponde a la importancia de la promoción y la publicidad del destino, un error común de las organizaciones de turismo comunitario es no hacer uso de estas herramientas por desconocimiento o por falta de gestión, mucho se cree que lo más importante es el producto o servicio, pero hay que entender que la rentabilidad de un negocio se refleja en la frecuencia de ventas, y las ventas se impulsan si la gente conoce que el producto y servicio existen. En este sentido la participación del sector público y privado deben estar nuevamente comprometidos, como un soporte a la sostenibilidad de estas iniciativas de turismo.

Es importante entonces, una promoción dirigida a la búsqueda de nichos de mercado acorde a las actuales demandas y tendencias, de manera que despierte el interés de un mercado meta, para transformarlo en un deseo e incluso en una necesidad, para ello es necesario definir que medios publicitarios se van a utilizar, determinar un presupuesto y establecer las herramientas que permitirán medir los resultados de acuerdo a las metas establecidas. (Gurría,1991).

La publicidad de boca a boca que manejan estas organizaciones, les permite mantenerse dentro del mercado del turismo, esperando fechas específicas que son bastante esporádicas en el año, resultado de esto organizaciones que empiezan con amplias expectativas y promesas alentadoras, comienzan a debilitarse, provocando incluso la desintegración organizativa de los actores locales, dejando rezagos de incredulidad y cerrando posibilidades a nuevos proyectos de desarrollo local que afectan a todo el conglomerado, quien ha visto una alternativa de desarrollo económico a través de la oferta de sus atractivos culturales como es el turismo comunitario y sus diversas modalidades en sectores rurales con potencialidades para este propósito.

La globalización de la información permite aprovechar variedad de recursos de difusión para posicionarse en el mercado mundial, dentro de estos están, las redes sociales que son un mecanismo de comunicación e interacción entre clientes y un espacio donde constantemente se ponen de manifiesto los logros y experiencias del proyecto turístico. Además las páginas web que son utilizadas como oficina virtual de fácil acceso, que permiten existir en internet y son una poderosa herramienta para captar

clientes. en donde se pueden establecer herramientas y transacciones que permiten concretar incluso ventas.

Las páginas web, que brindan credibilidad es una oficina virtual, permiten exponer al mundo las actividades diarias, además es una herramienta multimedia de interacción, que acelera el proyecto, además de acercar a la organización al turista por medio de contactos rápidos, para así lograr una venta.

En la actualidad tener un sitio web no solo es lo que se hace a diario al mundo si no interactuar con ellos a través de multimedia que reflejan la identidad cultural.

Alianzas estratégicas

Las alianzas estratégicas permiten generar un apoyo recíproco, dejando de lado la rivalidad entre prestadores de servicios turísticos a la vez que pueden generar recursos complementarios permitiendo afianzarse en el mercado.

Mantener alianzas con operadores turísticos permite ampliar las posibilidades de venta y posicionamiento de un producto en el mercado, básicamente son estas empresas las que le cuentan a la demanda turística la oferta existente y conocen con mayor exactitud sus preferencias, direccionándolos para que adquieran lo que están buscando durante su estancia.

Dimensión ambiental

El turismo al ser una actividad económica que se efectúa con personas y sobre recursos naturales genera impactos. Reducir la presión del turismo sobre el medio ambiente, es la inminente preocupación para que estos no se agraven con el incremento de la actividad turística. Esta actividad manejada correcta y responsablemente, puede contribuir a recuperar espacios afectados por otras actividades económicas.

Considerando algunos indicadores para generar sustentabilidad emitidos por la Organización Mundial de Turismo (1995) se establece la siguiente propuesta con dimensión ambiental.

Las organizaciones de Turismo Comunitario, tienen en su mayoría un enfoque definido de conservación del medio ambiente, se podría incluso relacionar con la necesidad de cuidar el ambiente como generador de oportunidades en esta actividad económica conjuntamente con la cultura.

La primera categoría en la dimensión ambiental, refiere analizar la presión ejercida en el espacio físico por la presencia de turistas. En turismo comunitario se planifican actividades y lugares de visita, entonces hay que reconocer que, cada espacio físico mantiene su nivel de fragilidad, por ende se deben conocer los niveles óptimos de presión de cada uno, para no alterarlo.

La presencia de foráneos en una comunidad genera mayor cantidad de desechos a los habituales y, en los sectores rurales el manejo de estos es diferente, por lo tanto, establecer un manejo de desechos adecuado es prioridad de estos sectores, se debe considerar que los espacios limpios generan impactos positivos en los visitantes, brindando un valor agregado a la comunidad.

Educación ambiental

La actividad turística puede convertirse en un estímulo necesario para generar y adoptar cambios en la conducta de la comunidad orientados a colaborar estratégicamente con el ambiente, mediante la implementación de algunas medidas, sensibilizar y educar en el ahorro y reutilización del agua, impulsar una gestión integral de residuos sólidos, reducción en la producción de residuos, manejo de material reciclado, utilización de aguas pluviales, implementación de un modelo energético, mediante implementación de programas de educación ambiental, que involucren tanto a los miembros de la organización como a la comunidad en general.

Reforestación en cuencas hídricas

De las acciones ambientales que se realicen ahora dependerá la permanencia del ser humano en el planeta. Para el caso específico, las fuentes hídricas han disminuido considerablemente en los últimos años y es necesario tomar medidas que detengan su avanzado deterioro, en este caso la población local es responsable de cuidar este

recurso. La mayoría de las comunidades rurales toman el agua de la fuente porque no disponen de agua potable o un servicio del estado, por tanto es menester tomar acciones en la recuperación de los caudales de las vertientes para garantizar su permanencia y bienestar. La reforestación en las cuencas hídricas además de aportan al equilibrio del ecosistema y garantizar el recurso para el consumo, crea un valor agregado para la oferta del turismo en su localidad.

Además de garantizar el recurso hídrico para la comunidad, mejora el destino turístico, porque se promociona con un valor agregado requerido por la sociedad actual, las comunidades que apliquen estos cambios en su manejo turístico pasan a convertirse en un referente a nivel regional y nacional, estableciendo los lineamientos de manejo responsable del turismo comunitario.

Manejo de desechos

La clasificación de la basura en los sectores rurales es mejor aprovechada que en la ciudad; los desechos orgánicos sirven como abono para los terrenos mientras que los inorgánicos se transportan en el recolector, sin embargo, no es la única alternativa, dentro de las comunidades debe trabajarse la cultura del reciclaje y coordinar con los depósitos existentes en la provincia los días de entrega. De esta manera estos productos tendrían un mejor uso y dejarían de ir a parar a los terrenos y quebradas, como sucede en muchos sectores rurales en donde el servicio de recolección no llega. De esta manera se disminuye la contaminación con desechos sólidos y se mejora la imagen de la comunidad, además de fomentar una iniciativa replicable.

Productos orgánicos

Las comunidades mantienen sus costumbres gastronómicas que difieren mucho del consumo de la ciudad, para los turistas que buscan conocer la vida y costumbres comunitarias, los productos locales deben tener su garantía orgánica, porque permiten cubrir esa necesidad común en la época. Los sectores rurales son tal vez los únicos que mantienen técnicas de cultivo tradicional por su producción en pequeña escala permitiéndose involucrar en su oferta esta alimentación a la creciente demanda de consumo de productos saludables.

A continuación se presenta el gráfico de la propuesta:



Gráfico 10. Propuesta, estrategias sostenibles de turismo comunitario Chilcapamba 2019.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

El Turismo de la comunidad Chilcapamba carece de organización y gestión eficiente. La separación de la comunidad del proyecto base Runa Tupari ha provocado individualidad en los involucrados, debilitando considerablemente el eje económico y organizativo del proyecto comunitario.

La organización no ha trabajado en un plan de promoción y difusión de su actividad turística, tampoco en establecer nuevas alianzas con la empresa privada, tampoco quieren involucrarse con el sector público, ha tenido involucramiento con la academia, de quien recibe aportes por los proyectos de investigación realizados por estudiantes. El trabajo con ONGs ha brindado a la comunidad mayor aporte social y económico.

Los servicios que brinda la comunidad a los visitantes son atractivos y diversos, basados en la cultura indígena y los atractivos naturales del sector.

Como alternativa de desarrollo local, el turismo de Chilcapamba tiene asentadas las bases, por los años de experiencia y trabajo que han venido realizando, los moradores reconocen los cambios positivos generados de la actividad, por lo tanto, es un proyecto que pretende avanzar buscando siempre nuevas alternativas para mantenerse y posicionarse en nuevos mercados y garantizar un mejor futuro para la población local.

6.2. Recomendaciones

Es importante sentar las bases del turismo comunitario de Chilcapamba en un adecuado sistema organizativo que contemple la unificación del proyecto para cambiar el individualismo por el trabajo colectivo para ello se debe elaborar un documento de planificación que le permita reestablecer la organización y disponer de una guía de gestión con metas, objetivos, procesos, fechas de cumplimiento y retroalimentación, de esta manera se pueden medir los logros del proyecto, identificar los puntos débiles y trabajar sobre ellos para obtener los resultados deseados.

Es necesario también que la organización elabore y aplique un plan de promoción turística de la comunidad, trabajar conjuntamente con el sector público, la academia, la empresa privada y cooperadores mediante alianzas. Es competencia de los Gobiernos Autónomos Descentralizados impulsar y apoyar el desarrollo turístico como lo establece la Ley de Turismo, en este sentido, se debe insertar el proyecto comunitario al plan de promoción turística del cantón Cotacachi que se encuentra vigente y generarse un plan de promoción local.

Reforzar sistemáticamente los ejes debilitados del proyecto comunitario, direccionado a alcanzar la sostenibilidad, considerando las categorías de las dimensiones estipuladas en la propuesta enfocadas a optimizar la oferta y la demanda del turismo comunitario que se desarrolla en la localidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Española de Cooperación Internacional. (2010). *Programa de Cooperación Regional con Centroamérica: Plan de Acción para la Promoción del Turismo Sostenible*. Sistema de Integración Centroamericana (SICA).
- Agüera, F. O. (2013). El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. *Nómadas*, 38(2), 1.
- Bertoni, M. (2008). Turismo sostenible: su interpretación y alcance operativo. *Cuadernos de geografía*, (17), 155.
- Bosch J. L., Merli C. “La articulación en el proceso de las políticas públicas del turismo”. Trabajo en evaluación para Revista Científica. Facultad de Turismo Universidad Nacional del Comahue.
- Carrión, D., Durán M., Farfán, K., y Serrano A. (2019, 31 de julio). Turismo Comunitario en Ecuador. Desarrollo y Sostenibilidad Social. Recuperado de <https://www.academia.edu/>
- Código Orgánico de Ambiente (2017). Capítulo II del Sistema Nacional de Áreas Protegidas. Quito: Ministerio del Ambiente.
- Eagles, P. F., McCool, S. F., & Haynes, C. D. (2002). Turismo sostenible en áreas protegidas. *Directrices de planificación y gestión. Preparado para el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, la Organización Mundial del Turismo y la UICN-Unión Mundial para la Naturaleza. Organización Mundial del Turismo. Madrid.*
- García Silberman, A. *Clasificación de los recursos turísticos*. Boletín del Instituto de Geografía, Vol. III.
- González, P. (2016). Diseño de productos y servicios turísticos locales. UF0083. Tutor Formación.
- Gurría, Di-Bella M. (1991). Corrientes Turísticas. Introducción al Turismo (pp. 98-103). México:Trillas.
- Guzmán, T. J. L. G., & Cañizares, S. M. S. (2009). Desarrollo socioeconómico de las zonas rurales con base en el turismo comunitario. Un estudio de caso en Nicaragua. *Cuadernos de desarrollo rural*, 6(62), 81-97.

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2006). Metodología de la Investigación. (Cuarta edición) México: MacGraw-Hill. ISBN: 970-10-5753-8.
<https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>

Inostroza, G. (2008). Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina. *Gest. tur.(Valdivia)*, (10), 77-90.

Lanquar, R y Rivera, M. (2010). El proyecto “TRES” y la “Declaración de Córdoba” España: una apuesta por la articulación de estrategias de turismo responsable y solidario desde Europa.

Lomas, R. (2016) **Modelo Educativo Ambiental para la Gestión del Turismo Comunitario de la Comunidad de Fakcha Llakta, Ecuador. UPEC- Ecuador**

Lomas, R. (2016) Modelo educativo Ambiental, para el turismo comunitario de la comunidad Fakcha Llakta. UPEC. Carchi

Maldonado, C. (2005). Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario. *Documento de trabajo*, (13).

Ministerio del Ambiente del Ecuador (2015). Metodología Gestión del Destino de Áreas Naturales Protegidas. Quito, Ecuador.

Ministerio del Ambiente del Ecuador (2017). *Código Orgánico del Ambiente*. Sistema Nacional de Áreas Protegidas. Quito, Ecuador.

Ministerio de Turismo (2007). Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020”. Cooperación Técnica nº ATN/FG-9903-EC Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

Ministerio de Turismo (2010). Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios. Acuerdo Ministerial 16. Registro oficial 154 de 19-marzo-2010.

Lanzarote, (1995) Carta del turismo sustentable. ONU, España.

Organización Mundial de Turismo (1999). Código Ético Mundial para el Turismo.

Paul F. J. Eagles, Stephen F. McCool y Christopher D. Haynes (2002). *Turismo sostenible en áreas protegidas. Directrices de planificación y gestión*. Organización

United Nations Development Programme. 2012. Multinational Federation of Community Tourism in Ecuador (FEPTCE), Ecuador. Equator Initiative Case Study Series. New York, NY.

Mundial del Turismo Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente UICN- Unión Mundial para la Naturaleza 2002.

Pelliza, V. (2007). Argentina explora en turismo comunitario. *La Nueva*. Recuperado de <https://www.lanueva.com/nota/2007-1-7-9-0-0-argentina-explora-en-turismo-comunitario>

Pérez, J., y Merino, M. (2009). Definición de diario de campo. Recuperado de (<https://definicion.de/diario-de-campo/>)

Programas de Manejo, interpretación ambiental y senderismo, caso práctico Cascada de Peguche. (Primera edición) Ecuador: DIMEV

Salinas, E., Medina N. (2009). Los productos turísticos, pilares de la comercialización: Dos ejemplos del centro histórico de la Habana, Cuba Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 18.

Trujillo, C. y Lomas, R. (2014) *Gestión Sostenible en Turismo Comunitario*.

Trujillo, C., Naranjo, M.; Lomas, K.; Merlo, M., (2019) Investigación Cualitativa. Editorial Universidad Técnica del Norte UTN. Red de Ciencia Naturaleza y Turismo RECINATUR, Valdivia Chile.

Vargas, M., Manjarrez, N., y Ortega, A. (2014). La gestión del turismo comunitario en el marco de la economía popular y solidaria en Ecuador. *Turismo y Desarrollo*.

Villasante, W. (2016). *Demanda Turística*. Recuperado de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>

Zorrilla, A. (1993). *“Introducción a la metodología de la Investigación”*. México Aguilar León y Cal, Editores, 11ª Edición.

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario de entrevista

Objetivo: Determinar las acciones que la comuna de Chilcapamba realiza sobre Turismo Comunitario.

Nombre:

Lugar de residencia:

Ocupación:

1. ¿Cuánto tiempo trabaja en la comunidad?
2. ¿Cuáles son las actividades económicas de la comunidad?
3. ¿Siente usted que su comunidad ha sufrido algún tipo de dominación en la historia?
¿Se mantiene hasta la actualidad? ¿De qué forma?
4. ¿En qué consiste la actividad turística de la comunidad?
5. ¿Qué opina de la actividad turística en su comunidad?, ¿Ha sido positiva?
6. ¿Ha influido el impulsar el turismo en su vida diaria y en su forma de pensar? ¿por qué?
7. ¿Qué tipo de personas recibe la comunidad para el turismo?
8. ¿Considera usted que el turista tiene interés por conocer la cultura de su comunidad y quiere conocer sus costumbres, tradiciones, artesanías, gastronomía etc.?
9. ¿Piensa que la gastronomía tradicional, la vestimenta, la arquitectura, las artesanías, el idioma o las creencias religiosas de la comunidad han sufrido modificaciones a raíz de la llegada de los turistas?
10. ¿Cómo se comercializan los servicios turísticos de la comunidad?
11. ¿Considera que los ingresos que actualmente se reciben en la comunidad por actividades turísticas son altos medios o bajos?
12. ¿Quisiera usted que más turistas visitaran su comunidad? ¿Cómo se sentiría?
13. ¿La llegada de turistas ha tenido impacto positivo o negativo para su familia y comunidad?
14. ¿Considera usted que debería involucrarse toda la gente de su comunidad debería involucrarse en las actividades turísticas?
15. ¿De qué forma participa usted en la actividad turística?
16. ¿Está dispuesto a continuar impulsando la actividad turística en su comunidad? ¿Por qué?
17. ¿Se retiraría de participar en la actividad turística? ¿Por qué?
18. ¿Las costumbres y tradiciones han sufrido alguna modificación a partir del desarrollo de la actividad turística?
19. El sector público apoya la actividad turística de la comunidad
20. Tienen un plan de manejo del turismo comunitario.

Anexo 2. Fichas FODA

TALLER DE TRABAJO PARA DIAGNOSTICAR LA GESTIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD CHILCAPAMBA

FICHA DE DIAGNÓSTICO FODA

Organización:-----

1. FORTALEZAS (INTERNAS)

TALLER DE TRABAJO PARA DIAGNOSTICAR LA GESTIÓN DEL TURISMO
COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD CHILCAPAMBA

FICHA DE DIAGNÓSTICO FODA

Organización:-----

2. DEBILIDADES (INTERNAS)

TALLER DE TRABAJO PARA DIAGNOSTICAR LA GESTIÓN DEL TURISMO
COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD CHILCAPAMBA

FICHA DE DIAGNÓSTICO FODA

Organización:-----

3. AMENAZAS (EXTERNAS)

TALLER DE TRABAJO PARA DIAGNOSTICAR LA GESTIÓN DEL TURISMO
COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD CHILCAPAMBA

FICHA DE DIAGNÓSTICO FODA

Organización:-----

4. OPORTUNIDADES (EXTERNAS)

Anexo 3. Fotografías



Gráfico 11. Trabajo de campo, Bosque Protector las vertientes Chilcapamba 2019.



Gráfico 12. Trabajo de campo, Bosque Protector las vertientes Chilcapamba 2019.



Gráfico 13. Trabajo de campo, albergue Chilcapamba 2019.



Gráfico 14. Trabajo de campo, albergue Chilcapamba 2019.



Gráfico 15. Trabajo de campo, albergue Chilcapamba 2019.



Gráfico 16. Trabajo de campo, albergue Chilcapamba 2019.



Gráfico 17. Trabajo de campo, costumbres andinas Chilcapamba 2019.



Gráfico 18. Trabajo de campo, feria artesanal Chilcapamba 2019.



Gráfico 19. Trabajo de campo, feria artesanal Chilcapamba 2019.



Gráfico 20. Trabajo de campo, feria artesanal Chilcapamba 2019.



Gráfico 21. Trabajo de campo, feria artesanal Chilcapamba 2019.



Gráfico 22. Trabajo de campo, feria artesanal Chilcapamba 2019.



Gráfico 23. Trabajo de campo, entrevista presidente de UNORCAC 2018.

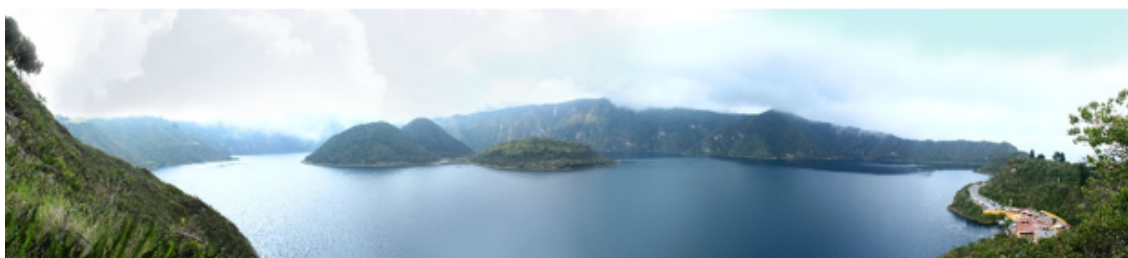


Gráfico 24. Trabajo de campo, Laguna de Cuicocha 2019.